

LA TECNOLOGÍA GANA PESO EN LA ACTIVIDAD DE ONTIER



Raúl López, Director de Sistemas de Ontier.

El abogado del siglo XXI tiene ADN digital

Existen sectores, como la Administración Pública, la Sanidad o la Educación, que por su tradición histórica y por el gran volumen de datos que manejan, muchos de ellos de carácter sensible, les es harto complicado abordar un proceso de digitalización rápido y completo. El ámbito legal también es uno de estos sectores de largo recorrido en el que, por su propia naturaleza, se encuentran barreras más sólidas para ponerse al día con la tecnología. No obstante, de un tiempo a esta parte, los entornos más gerontocráticos han experimentado un importante avance en cuanto a profesionales y métodos, y así lo atestigua Raúl López, Director de Sistemas de Ontier.

El despacho de abogados comenzó su andadura en 2008, fruto de la fusión de dos bufetes anteriores, uno de Asturias y otro de Madrid, aunque la denominación de Ontier la adquirió seis años después de esta operación. A día de hoy, Ontier opera en catorce países entre Europa y Latinoamérica, y “aunque su sede central está en Reino Unido, su mercado natural es el latinoamericano”, señala López. Desde el año 2013, Ontier ha hecho grandes progresos en su digitalización hasta llegar a ser premiado en 2016 como el Despacho más Innovador por el diario económico *Expansión*. No en vano, el departamento de Sistemas ha ido ganando peso en los últimos años, “de estar compuesto por una única persona a contar con más de diez

profesionales”. Así, los cambios se materializan en distintas acciones que “afectan a la empresa de manera global, tanto en procesos, como en metodología y comunicación”, afirma el experto en sistemas.

En Ontier han adoptado un modelo de outsourcing para el despliegue de su tecnología, por lo que la primera de las medidas tomadas por la empresa consiste en la externalización de toda su infraestructura hacia una nube privada “que ha ido creciendo año tras año”. Raúl López aclara que la decisión de migrar a la cloud privada fue tomada por una cuestión de seguridad, “ya que trabajamos con datos muy delicados”; no obstante, el director de Sistemas asegura poseer “determinados servicios SaaS en cloud pública como Office365 o PowerBi, entre otros”. De esta forma, Einzelnet gestiona el servicio de la infraestructura en cloud proporcionada por Interxion, donde se albergan los data center de Ontier; así como el servicio de atención al usuario, Helpdesk.

Por otro lado, para acompañar a Ontier en otro de sus pasos decisivos hacia la transformación digital, el despacho ha elegido a Adico, su socio asturiano en la creación de un sistema de gestión que integra todas las áreas de la empresa (comercial, de expedientes, facturación, cobro, y análisis); y “que facilita una visión global de cada caso para optimizar la toma de decisiones”. La aplicación de este nuevo CRM está vigente en todos los puntos donde opera Ontier, por lo tanto, está diseñada en castellano e inglés. Sin embargo, en la actualidad no existe análisis preciso ni toma de decisiones acertada sin contar con una herramienta de Business Intelligence adecuada, algo que tenían muy claro en Ontier a la hora de iniciar la colaboración con sus partners en esta materia: Aleson ITC e Iris Social.

Otro proyecto imprescindible para el bufete es el rediseño del puesto de trabajo, “dotando a los profesionales de dispositivos de última generación, -tanto de sobremesa, con HP, como portátiles, con Toshiba-; para que puedan trabajar desde cualquier momento y lugar”. En la misma línea, el software de Kyocera permite a los abogados imprimir documentos desde cualquiera de estos dispositivos usando la tarjeta personal de cada usuario, “lo que ha supuesto un ahorro para el despacho de casi un 20% en impresión”. No obstante, la corrección y seguridad de la comunicación entre empleados no se debe ver afectada por la movilidad, para lo que el bufete ha implementado una intranet colaborativa desarrollada por SmartWorkPlace, denominada Ontier 360, con la que se generan “espacios de trabajo comu-

nes y privados de una forma cómoda”. Las redes desplegadas para este extremo van a cargo de Orange, para el ámbito de los datos corporativos, y de Telefónica, para la informática móvil.

La comunicación, fundamental para la acción

La comunicación, tanto interna como externa, y la cercanía de la entidad con el cliente son fundamentales para cualquier tipo de organización en la era digital en la que vivimos. En Ontier son conscientes de ello y, por esa razón, en 2015 comenzó la elaboración de un periódico digital bilingüe, en castellano e inglés, de ámbito internacional para todas las filiales de Ontier y que “trata temas internos de la compañía o cuestiones que se pueden considerar de interés para los empleados”. El nombre del medio es OnTime, conecta a las 21 oficinas de Ontier en todo el mundo y para su creación, el despacho ha contado con SmartWorkplace de nuevo.

En 2015, Ontier lanzó su primera campaña de ‘branding’ en papel. Desde ese momento, ha apostado también por una campaña de marketing online a través de las redes sociales.

El regulador regulado

Los ataques sufridos recientemente por importantes organizaciones, “a las que se les presupone unas barreras de seguridad casi inexpugnables”, no son pasadas por alto por los expertos de seguridad de Ontier. Debido al “riguroso” cumplimiento de la normativa ISO llevado a cabo por el despacho desde su nacimiento, desde el mismo consideran que están “preparados para encarar regulaciones, supuestamente más estrictas, como GDPR”. No obstante, la compañía ha realizado una auditoría recientemente “para calibrar nuestro nivel real de seguridad ya que, el sector legal es el primero que tiene que cumplir la legalidad, aunque solo sea por cuestiones de responsabilidad ética”, explica Raúl López.

Alinear las nuevas tecnologías con la metodología del despacho y contagiar a los juristas de una mentalidad comercial, “por la que ahora los abogados también tienen que vender su producto”, no es tarea sencilla. No obstante, “de un tiempo a esta parte se ha conseguido dar mayor importancia a la rentabilidad y a la sensibilidad por los costes”. De lo que no cabe duda para Raúl López es que “sin el respaldo de los directivos la transformación no sería posible”, y en este caso, “la visión innovadora de Bernardo Gutiérrez de la Roza, CEO del despacho, ha sido clave en la búsqueda y generación del nuevo ADN digital del abogado del siglo XXI en Ontier”. ■

Hay que contagiar a los abogados de una mentalidad comercial, ahora también tienen que vender un producto