

GUÍA

IA dentro del despacho sin romper la deontología ni el RGPD

Qué se puede automatizar en la atención y la gestión de un despacho, qué no conviene tocar, y qué hay que comprobar antes de instalar nada

IA dentro del despacho

La conversación sobre inteligencia artificial en la abogacía suele ir por dos extremos. Uno dice que va a sustituir al abogado; el otro, que un despacho serio no debería acercarse a ella. Ninguno de los dos ayuda a decidir nada el lunes por la mañana, que es cuando entra la consulta de las once de la noche del domingo, el cliente que escribe en rumano o la persona que pregunta por quinta vez qué documentos tiene que traer.

Esta guía trata de eso: de la IA y la automatización **dentro** del despacho, en la atención y en la gestión del día a día. No trata de que la IA le encuentre (eso está en nuestra guía *Cómo preparar su despacho para las búsquedas con IA*), ni de redactar escritos con ella. Está pensada para despachos pequeños y medianos que se lo están planteando y quieren saber dónde está la línea antes de comprar nada.

Nada de lo que sigue le garantiza ahorrar un número concreto de horas ni captar un cliente más. Depende de cómo trabaje su despacho hoy, y eso solo se sabe midiéndolo. Lo que sí puede hacer es evitar los errores que convierten una herramienta útil en un problema deontológico o de protección de datos.

Por qué esto le importa a un despacho

Un despacho no es un comercio que responde preguntas sobre horarios. Lo que entra por su WhatsApp o por su formulario es, muchas veces, información que el propio cliente todavía no ha contado a nadie: un despido, una deuda, una situación administrativa, un conflicto familiar. Esa información está protegida por el secreto profesional desde el primer contacto, y en muchos casos es de las que el Reglamento General de Protección de Datos trata con cautela especial.

Por eso las preguntas que se hace un comercio antes de instalar un chatbot («¿cuánto cuesta?, ¿se integra con mi web?») se quedan cortas en un despacho. Hay otras tres que van antes: qué va a decir la herramienta en nombre del despacho, a dónde van los datos que recoge, y quién responde cuando se equivoca. Si esas tres tienen respuesta, lo demás es técnica.

Hay además un cambio normativo reciente que conviene conocer. El Reglamento (UE) 2024/1689, el Reglamento europeo de inteligencia artificial, se aplica con carácter general desde el 2 de agosto de 2026, y algunas de sus obligaciones afectan de lleno a los sistemas que conversan con personas. En julio de 2026 lo modificó el Reglamento (UE) 2026/1744, el llamado Ómnibus digital sobre IA: retrasó las obligaciones de los sistemas de alto riesgo, pero no la de avisar de que se habla con una IA (punto 3).

1. Empiece por las tareas, no por la herramienta

Qué es. Antes de elegir un producto, haga la lista de lo que su equipo hace cada semana que no es trabajo jurídico: contestar las mismas preguntas, pedir documentación, recordar citas, pasar datos de un correo a un expediente, avisar de que un trámite ha avanzado.

Por qué importa. La herramienta se elige por la tarea, no al revés. Un asistente conversacional no arregla un problema de documentación que se pide mal, y un buen sistema de recordatorios no necesita IA en absoluto. Empezar por el producto lleva a automatizar lo que el producto sabe hacer, no lo que al despacho le cuesta tiempo.

Acción concreta. Durante cinco días laborables, pida a cada persona del equipo que anote en una hoja las tareas repetitivas que hace y cuánto tiempo aproximado le llevan. Sin método sofisticado. Al final de la semana tendrá una lista ordenada por horas, y las dos primeras son su punto de partida. Guarde esa hoja: es la línea base con la que medirá después (punto 8).

2. En la primera consulta, la máquina organiza; no orienta

Qué es. Un asistente automático en la primera consulta puede hacer tres cosas con seguridad: identificar de qué tipo de asunto se trata, recoger los datos mínimos para devolver el contacto y ofrecer una cita. Lo que no debe hacer es valorar el caso concreto: decir si la persona tiene derecho a algo, si le conviene reclamar o qué plazo tiene.

Por qué importa. Una orientación sobre un caso concreto es un acto profesional, con la responsabilidad que lleva aparejada. Si la da una máquina en nombre del despacho, la da el despacho, sin que ningún abogado la haya revisado. Y en abogacía el error más caro no es el que no se contesta, sino el que se contesta mal y con aplomo: un plazo equivocado dicho con seguridad puede costarle a alguien un derecho.

Si además el sistema decide por su cuenta, sin intervención humana, qué asuntos se aceptan y cuáles se rechazan, conviene revisar ese diseño a la luz del artículo 22 del RGPD, que limita las decisiones basadas únicamente en tratamiento automatizado.

Acción concreta. Escriba en una hoja la lista de lo que el asistente puede decir y la de lo que tiene prohibido decir, y hágala cumplir en su configuración. Una regla útil: el asistente puede explicar **cómo trabaja el despacho** (cómo es la primera reunión, qué documentación suele pedirse para un tipo de asunto, cuánto cuesta la consulta), pero no **qué le pasará a esa persona**. Ante cualquier pregunta sobre su caso, la respuesta es ofrecer la cita.

3. Diga que es una IA

Qué es. El artículo 50 del Reglamento europeo de IA exige que los sistemas destinados a interactuar directamente con personas se diseñen de forma que estas sepan que están hablando con una inteligencia artificial, salvo que resulte evidente por el contexto, y que se les informe de forma clara a más tardar en la primera interacción (apartado 5). Es una de las obligaciones aplicables desde el 2 de agosto de 2026.

Por qué importa. La obligación de diseñar el sistema para que se sepa que es una IA recae sobre el proveedor. Conviene saber quién es: el Reglamento (artículo 3, punto 3) llama proveedor a quien desarrolla un sistema, o encarga que se desarrolle para él, y lo pone en

servicio con su propio nombre o marca. Un asistente hecho a medida que se presenta como «el asistente del despacho», con su nombre y su número, puede convertir al propio despacho en proveedor, y eso no excluye que también lo sea quien lo ha desarrollado y lo suministra. No hemos localizado una guía oficial que reparta el papel en estos encargos, así que no dé por hecho que la obligación es solo de quien lo instala. En todo caso, el despacho es responsable del despliegue (artículo 3, punto 4). Y aunque no lo sea, la conversación la tiene el cliente con su despacho, y la queja, si llega, llega a usted. Además, hay una razón que no es normativa: quien escribe a un abogado cree que le está leyendo alguien. Descubrir después que era una máquina deteriora la confianza en el momento en que más la necesita.

Acción concreta. Compruebe que el primer mensaje del asistente lo dice sin rodeos: «Soy el asistente automático del despacho. Puedo ayudarle a pedir cita y a resolver dudas sobre cómo trabajamos; su consulta la atenderá un abogado». Pregunte por escrito a quien se lo instale cómo se cumple el artículo 50 y quién figura como proveedor, y que el aviso conste como primer mensaje de cada conversación. Y no le ponga al asistente un nombre y una foto de persona.

4. Su proveedor de IA es un encargado del tratamiento

Qué es. Cuando una herramienta procesa por cuenta del despacho los datos de sus clientes, el proveedor actúa como **encargado del tratamiento**. El artículo 28 del RGPD exige que esa relación se regule en un contrato con un contenido mínimo: que solo trate los datos siguiendo sus instrucciones, que guarde confidencialidad, que aplique medidas de seguridad, que no subcontrate sin autorización y que devuelva o borre los datos al terminar.

Por qué importa. Tres preguntas deciden si una herramienta es utilizable en un despacho, y las tres están en ese contrato o en sus condiciones: **dónde se tratan los datos** (si salen del Espacio Económico Europeo, hace falta un mecanismo de transferencia de los que prevén los artículos 44 y siguientes del RGPD), **si el proveedor usa lo que usted introduce para entrenar sus modelos**, y **cuánto tiempo lo conserva**. Las condiciones de la versión gratuita de un asistente de uso general pueden ser distintas de las de su versión profesional, y cambian con el tiempo.

Acción concreta. Antes de contratar, pida el contrato de encargado del tratamiento y localice en él esas tres respuestas. Si no las encuentra, pregúntelas por escrito y guarde la respuesta. Añada el tratamiento a su registro de actividades y actualice la información que da a sus clientes (artículo 13 del RGPD), que debe mencionar esa herramienta. Si el tratamiento es a gran escala o combina datos sensibles con tecnología nueva, valore si necesita una evaluación de impacto (artículo 35). La Agencia Española de Protección de Datos publicó en 2020 *Adecuación al RGPD de tratamientos que incorporan Inteligencia Artificial*, una introducción útil para ordenar estas preguntas.

5. Lo que no se pega nunca en una herramienta abierta

Qué es. El secreto profesional del abogado cubre los hechos y documentos que conoce por razón de su ejercicio. Está recogido en el artículo 21 del Estatuto General de la Abogacía Española (Real Decreto 135/2021) y en el artículo 5 del Código Deontológico de la Abogacía Española.

Por qué importa. Copiar un escrito, un correo del cliente o el resumen de un expediente en un asistente de uso general, sin contrato y sin saber qué hace el proveedor con ese texto, es revelar información a un tercero. Lo agravan dos categorías que el RGPD protege de forma reforzada y que aparecen a diario en un despacho: los datos de salud, origen o vida sexual, entre otros (artículo 9), y los relativos a condenas e infracciones penales (artículo 10).

Acción concreta. Escriba una norma interna de una página, con tres niveles: lo que se puede usar en cualquier herramienta (textos genéricos, plantillas sin datos, borradores de comunicación del despacho), lo que solo se usa en la herramienta contratada con garantías (documentación de clientes, siempre con el mínimo imprescindible), y lo que no entra en ninguna (lo que usted decida: por ejemplo, asuntos penales o de menores). Désela a todo el equipo, incluidas las personas en prácticas. El artículo 4 del Reglamento europeo de IA, en su redacción vigente desde el 27 de julio de 2026 (Reglamento (UE) 2026/1744), obliga a los proveedores y a los responsables del despliegue (quien utiliza un sistema de IA bajo su propia autoridad, como un despacho con las herramientas que contrata) a adoptar medidas para apoyar la promoción de la alfabetización en IA de su personal, sin exigirles que garanticen un nivel concreto en cada persona. Explicar esta norma al equipo puede formar parte de esas medidas, pero no las agota ni basta por sí sola para cumplir ese artículo.

6. WhatsApp: consentimiento, ventana de 24 horas y plantillas

Qué es. WhatsApp es un canal donde automatizar la atención tiene mucho sentido, y también uno con reglas propias. Hay dos productos distintos: la aplicación WhatsApp Business, pensada para que una persona atienda desde un teléfono, y la plataforma de WhatsApp Business (la API), que es la que permite conectar un asistente automático.

Por qué importa. En la plataforma, Meta exige que la persona haya aceptado recibir mensajes del negocio antes de escribirle. Cuando es ella quien escribe, se abre una ventana de 24 horas en la que el despacho puede contestar con libertad; pasado ese plazo, solo se pueden enviar **plantillas** aprobadas previamente por Meta, clasificadas por categorías (utilidad, marketing y autenticación). Meta cobra por cada plantilla entregada, con una tarifa que depende de la categoría y del país. Al margen de Meta, el artículo 21 de la LSSI prohíbe enviar comunicaciones publicitarias o promocionales por correo electrónico u otro medio electrónico equivalente que el destinatario no haya solicitado o autorizado expresamente, y un mensaje de WhatsApp es un medio equivalente.

Acción concreta. Separe lo que es servicio (recordar una cita, pedir un documento pendiente, avisar de que el expediente ha avanzado) de lo que es promoción. Lo primero se puede automatizar con plantillas de utilidad sobre clientes que le han dado su número para ese fin. Lo segundo necesita un consentimiento específico, y en un despacho conviene

pensarlo dos veces. Pedir una reseña es de lo segundo, aunque vaya dentro del mensaje que cierra el asunto: lo prudente es tratarlo como comunicación comercial. Consulte la documentación de la plataforma de WhatsApp Business de Meta para las tarifas vigentes: cambian y no es buena idea fiarse de lo que diga un comercial.

7. Varios idiomas: la IA traduce la atención, no los documentos

Qué es. Un asistente multilingüe puede atender la primera consulta en el idioma de quien escribe, explicar cómo funciona el despacho y agendar la cita. Para un despacho que ya recibe consultas en otros idiomas es uno de los usos más claros de esta guía; para uno que no las recibe, es una automatización que no necesita.

Por qué importa. La traducción automática es útil para la conversación y poco fiable para el matiz jurídico. Un término mal traducido en una explicación informal se corrige en la reunión; en un documento que surte efectos, no. Y cuando un organismo exige traducción oficial, esta la hace un traductor-intérprete jurado nombrado por el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, no una herramienta.

Acción concreta. Use la IA para atender y orientar sobre el procedimiento del despacho en otros idiomas, y deje por escrito que la consulta jurídica se hará con intérprete o en un idioma que el abogado domine. Revise con alguien nativo las cinco respuestas que más se repiten en cada idioma antes de ponerlas en marcha: son las que más gente va a leer.

8. Una persona responsable, una salida a humano y una medida

Qué es. Toda automatización necesita tres cosas que no son técnicas: alguien del despacho que la revise con regularidad, una forma de que el cliente hable con una persona en cualquier momento, y un número con el que saber si funciona.

Por qué importa. Un asistente sin dueño se degrada en silencio: cambian los precios, cambia un procedimiento, y sigue contestando lo de hace seis meses. Uno sin salida a humano frustra justo a quien tiene el problema más serio. Y una automatización sin medida se mantiene por inercia, aunque no ahorre nada, o se abandona aunque sí lo haga.

Acción concreta. Nombre un responsable y reserve media hora al mes para leer una muestra de conversaciones. Configure una palabra o botón que pase la conversación a una persona, y diga en qué horario responde esa persona. Y vuelva a la hoja del punto 1: al cabo de dos meses, repita la anotación de cinco días y compare. Si las horas no han bajado, o han bajado a costa de más quejas, la automatización no está cumpliendo y hay que corregirla o retirarla.

Por dónde empezar esta semana

No hace falta instalar nada para empezar. Un orden razonable:

- 1 **Haga el inventario de tareas de cinco días** (punto 1). Es la base de todo lo demás y no cuesta nada.
- 2 **Escriba la norma interna de una página** sobre qué se puede introducir en cada herramienta (punto 5). Protege al despacho aunque no automatice nada.
- 3 **Revise las herramientas que ya usa su equipo**, incluidas las gratuitas, y compruebe si tienen contrato de encargado (punto 4). Puede aparecer alguna que nadie contrató formalmente.
- 4 **Si ya tiene un asistente o un chatbot**, compruebe que se presenta como tal (punto 3) y que no orienta sobre casos concretos (punto 2).
- 5 **Decida qué mensajes de WhatsApp son de servicio** y cuáles no (punto 6), antes de conectar nada.
- 6 **Elija una sola tarea** de la lista y automatícela con dueño, salida a humano y medida (punto 8).

Nada de esto garantiza un ahorro concreto ni un cliente más. Puede que en su despacho la tarea que más tiempo consume no se pueda automatizar bien, y es mejor saberlo antes de pagar. Lo que sí controla usted es que, si automatiza, lo haga sabiendo qué dice la máquina en su nombre, dónde quedan los datos de sus clientes y cómo comprobar si le compensa. Eso no es una promesa de resultado: es usar una herramienta nueva con el mismo rigor con el que ejerce.

Marketing con rigor jurídico

Si quiere automatizar parte de la atención de su despacho, hablemos.

La primera conversación es un diagnóstico de su situación real, sin compromiso: qué tareas le cuestan tiempo, cuáles se pueden automatizar y con qué garantías.

Reserve media hora en cal.com/lexia-marketing/30min

lexiamarketing.com · info@lexiamarketing.com