

# La división en Eversheds Lupicinio provoca la salida de Carrión y Bravo

**Mercado** ♦ La firma inglesa podría pedir la disolución de la alianza con Rodríguez

**BORJA MEC**  
borjamec@neg-ocio.com

El despacho de abogados Lupicinio Eversheds vive momentos convulsos. Según ha podido saber NEGOCIO, el bufete lleva varios meses protagonizando fuertes enfrentamientos entre varios de sus componentes que han terminado con la salida de alguno de los principales abogados del despacho.

Francisco Javier Carrión y Antonio Bravo han salido del despacho después de que las diferencias de criterio hayan tensado el ambiente en el bufete hasta el máximo.

Según fuentes de toda solvencia, antes de verano, David Gray, presidente de Eversheds International, visitó la oficina española para tratar de delimitar algunos puntos sobre el avance de la relación entre el despacho de Lupicinio Rodríguez y Eversheds.

## Los deberes

El ejecutivo inglés marcó una lista de deberes y reformas inaplazables que Rodríguez debía afrontar de inmediato. Según ha podido saber NEGOCIO, una de las exigencias -quizá la más importante- era la necesidad de convertir el despacho en una persona jurídica, es decir, una sociedad limitada profesional.

Aunque había cosas que David Gray alababa del trabajo de la oficina española, la lista de cambios era considerablemente más extensa.

Pasados los meses, las exigencias no se habían cumplido aunque Lupicinio Rodríguez

## LAS CLAVES

### Diferencias

■ Lupicinio aprobó, y luego se retractó, abrir la sociatura.

### Salidas

■ Kiko Carrión y Antonio Bravo, salen del bufete. Ignacio Zurdo queda como 'Of counsel'.

### Cambio

■ Eversheds podría estar buscando un nuevo aliado en el mercado español

había anunciado novedades importantes en la historia de la firma como era la apertura de la sociatura a los asociados que venían por debajo o, por lo menos, a los socios que no participaban de la cuota.

La decisión de Lupicinio Rodríguez fue revocada casi de inmediato, al parecer tras consultar con León Barriola, socio de la firma, y éste negarse a ampliar los perceptores de la tarta de beneficios.

La nueva decisión provocó un descontento generalizado que ha terminado con la salida del despacho de Kiko Carrión y Antonio Bravo que ya no aparecen en la página web de la firma. El abogado del Estado Ignacio Zurdo, que se incorporó al bufete hace menos de dos años, también habría dejado la firma. Sin embargo, Zurdo sigue apareciendo en la página web de Eversheds Lupicinio, aunque como *of counsel* y no como socio, car-

go con el que fue fichado.

Carrión era uno de los puntales del despacho y cuenta con el reconocimiento del directorio internacional Chambers que le sitúa en la Banda 2 de Propiedad Industrial e Intelectual y en la Banda 3 de *Life Sciences*. Bravo, por su parte, está situado en la Banda 4 de Proceso. El abogado había llegado a Eversheds Lupicinio procedente de Gómez-Acebo & Pomo.

Pero estas salidas, aunque han aplacado el temporal, no han solucionado el problema. David Gray y Stephen Hopkins, encargado de las oficinas de Eversheds fuera de Reino Unido, se encontraban ayer en la sede de Eversheds Lupicinio examinando la nueva situación. El incumplimiento de las directrices impuestas por Gray y la tormenta creada en los últimos meses podrían provocar que Eversheds optase por romper su alianza con la firma española.

## En España

Pero Eversheds no está muy dispuesto a perder su cuota en el mercado español por lo que, si finalmente se produce la ruptura con Lupicinio Rodríguez, no sería de extrañar que la firma internacional buscase con prontitud un nuevo aliado que llevase los asuntos de sus clientes en España.

Al cierre de esta edición, NEGOCIO había tratado de ponerse en contacto con Lupicinio Rodríguez y el equipo de comunicación del despacho para recabar su opinión sin recibir respuesta. ♦



Fernando Servet. NGC

## Squire asesora la compra de Servicaixa

### Operación

**Fernando Servet ha sido el socio encargado de asesorar la operación en la oficina de Madrid**

La oficina española de la firma Squire Sanders Hammonds, firmas recientemente fusionadas a nivel mundial, ha sido la encargada de asesorar a Ticketmaster, compañía propiedad de Live Nation Entertainment, en la compra de Servicaixa, empresa de venta de entradas de La Caixa.

La operación, que deberá ser aprobada por la Comisión Nacional de Competencia, se cerró el pasado 24 de enero, y pone de manifiesto la consolidación de Ticketmaster como uno de los líderes mundiales en el mercado de venta de entradas para espectáculos.

Según Fernando Servet, socio responsable de la operación en la oficina de Madrid de Squire Sanders Hammonds, "es un orgullo haber colaborado con Ticketmaster en esta operación que consolida nuestro *expertise* en el complejo mercado del ticketing al haber asesorado a Ticketmaster en otras operaciones similares en otras jurisdicciones". ♦ REDACCIÓN



Lupicinio Rodríguez, socio director de Eversheds Lupicinio. DSG

# Las pirámides de Egipto en "#turismobisbal"

## OPINIÓN

ALEJANDRO SUÁREZ



La situación que atraviesa Egipto copa los medios de comunicación. Asimismo, personajes del mundo de espectáculo y del cine han manifestado su opinión y su posición ante el importante cambio social que atraviesa el país.

Uno de ellos ha sido el cantante David Bisbal, quien a través de su cuenta de Twitter realizó un controvertido comentario al res-

pecto, que le ha traído algún que otro contratiempo al almeriense. El cantante lanzó un mensaje en Twitter que es cierto que fue poco afortunado, pero que en otro momento hubiese pasado desapercibido de no haber sido expuesto en una red social. El comentario en cuestión fue "Nunca se han visto las pirámides de Egipto tan poco transitadas, ojalá que pronto se acabe la reuel-

ta". Desde aquel momento, la lluvia de respuestas sobre esta frase en la red fue incesante, hasta el punto de convertir el hashtag #turismobisbal, en trending topic en Twitter. Inmediatamente, la burla sobre el poco apropiado comentario de Bisbal se expandió a vertiginosa velocidad a través de la red y dejó muchísimos mensajes a su paso del estilo de: "Me quedo sin poder ir a Londres, me han dicho que sólo aceptan Libras, y yo soy Acuario" o "Joer, tres horas en el Mediamark y no encuentro Pantys para mi novia".

El bochorno que pasó el almeriense al conocerse objeto de burla de miles de internautas de todo el mundo, le llevó a romper con la imagen simpática a la que

nos tiene acostumbrados y a sustituir su anterior comentario sobre Egipto por otra frase que quizá tampoco fuera muy acertada, aunque sí comprensible: "El insulto es lo único os queda, y también mucho tiempo libre".

La cuenta que David Bisbal posee en Twitter es utilizada con mucha frecuencia para informar a sus seguidores sobre las giras, entrevistas y todo lo referente al trabajo del artista. Sin embargo, el cantante pasó por alto que Twitter va camino de convertirse en un medio de comunicación de masas y que contando con más de un millón de seguidores alrededor del mundo la información se propaga de manera instantánea a cientos de miles de personas, sin apenas control.

Este lugar que ocupa como medio de comunicación en la actualidad la red social es muchas veces subestimado por sus propios usuarios, quienes sólo perciben su parte positiva, muy útil para promocionar obras audiovisuales diversas, pero que al mismo tiempo puede hacerse eco de un malintencionado y espontáneo comentario del artista y convertirse en su mayor pesadilla. Como ya le ocurriera a algunos personajes famosos como Arturo Pérez Reverte, puede incluso llegar incluso a causar una difusión mucho mayor que la propia televisión.

Esta opinión del cantante, de haber sido emitida por otro medio de comunicación, no hubiera conseguido enojar al artista,

porque no hubiera tenido la misma divulgación, ni hubiera dado cabida a poder interactuar con el propio cantante mediante burlas. En este caso, los comentarios en la red han conseguido lo que ni la prensa de corazón ha logrado nunca: sacar la parte menos amable de David Bisbal.

Es ésta una de las peculiaridades de las redes sociales y es lo que las ha convertido en esenciales: la respuesta del público es inmediata y la capacidad de propagación es inmensa. De todas maneras, y para consuelo del cantante, #turismobisbal no durará eternamente. Sólo le queda aguantar el chaparrón. ♦

A. Suárez Sánchez-Ocaña es CEO de Ocio Networks