

Nueve de cada diez empresas son 'infieles' a sus abogados

Aunque las empresas siguen trabajando con un bufete de referencia, cada vez es más habitual ampliar el círculo de expertos a los que confiar los diferentes asuntos legales en función de la especialización.

Sergio Saiz, Madrid
El trabajo de un abogado externo va mucho más allá de ofrecer asesoramiento sobre aspectos legales. Su papel ha ido ganando protagonismo hasta convertirse en verdaderos guardianes de secretos corporativos, desde fusiones y adquisiciones, hasta cuestiones de estrategia o conflictos en los tribunales que deben llevarse con la máxima discreción.

Para mantener un secreto, cuanto menos personas lo conozcan, mejor. De ahí que, tradicionalmente, las compañías han preferido trabajar con un único despacho al que confiar sus asuntos más delicados. Sin embargo, esta tendencia está cambiando y, hoy en día, nueve de cada diez empresas es *infidel* a su abogado de toda la vida.

Tan sólo el 1,3% de las empresas trabaja con un único despacho de referencia, según se desprende del primer informe publicado en España sobre la experiencia de los clientes de grandes bufetes, elaborado por la consultora Brain Trust para IE Business School.

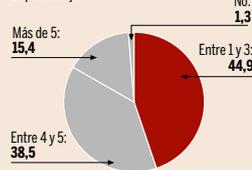
A diferencia de lo que ocurre en la jurisdicción anglosajona, donde es muy habitual trabajar con una selección de despachos a los que se adjudica diferentes asuntos, en España esta filosofía se va abriendo paso, pero poco a poco. De hecho, el 45% de las compañías reconoce que trabaja con varias firmas, pero nunca con más de tres, reduciendo así su círculo de confianza. Tan sólo el 15% amplía el número de despachos a más de cinco firmas.

Confianza

Al tratarse de una relación de confianza, no es de extrañar que "casi la mitad de los entrevistados conocieron su despacho principal gracias a la recomendación y un 18%, a través de relaciones directas (amistad)", según explican Marcos González de La-Hoz y José Luis Ruiz, directivos de

¿QUÉ OPINAN LOS CLIENTES DE LOS DESPACHOS

> ¿Trabaja con más de un bufete?
En porcentaje.



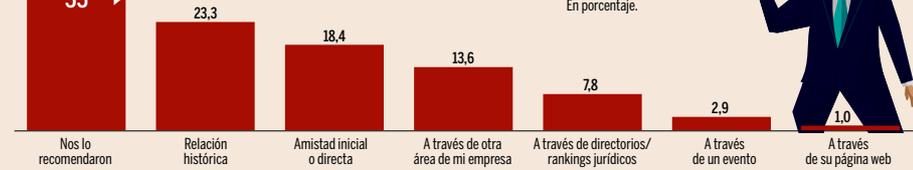
> Calificación de los servicios legales
Nota media entre 1 y 10.

Trato y atención	8,7
Nivel de conocimiento jurídico	8,6
Facilidad y frecuencia de contacto	8,4
Calidad global del servicio jurídico	8,1
Agilidad, eficacia y cumplimiento de plazos	7,9
Tratamiento de incidencias e imprevistos	7,7
Conocimiento de mi empresa/sector	7,1
Información facilitada sobre el proceso jurídico	6,9
Nivel de proactividad	6,8
Utilización de las nuevas tecnologías	6,5

> Acceso al socio del bufete



> ¿Cómo conoció su despacho principal?
En porcentaje.



Fuente: Estudio de Experiencia de Cliente de Grandes Despachos de Abogados. Elaborado por Brain Trust para IE Business School

BUFETES PRINCIPALES MÁS RECURRENTES

Despachos	%	Despachos	%
Garrigues	11,50	CMS Albiñana & Suárez de Lezo	2,90
Úria Menéndez	8,70	Gómez-Acebo & Pombo	2,90
Cuatrecasas, Gonsalves Pereira	7,70	Écija	2,90
PWC	6,70	Hogan Lovells	2,90
KPMG	5,80	Linklaters	1,90
EY	4,80	Pérez-Llorca	1,90
Deloitte	4,80	DLA Piper	1,90
Sagarroy	3,80	Ashurst	1,00
Ramón y Cajal Abogados	3,80	Ontier	1,00
Allen & Overy	2,90	Broseta	1,00
Baker & McKenzie	2,90	Otros	13,50
Clifford Chance	2,90		

Fuente: Brain Trust.

La mayoría de las empresas elige su bufete de cabecera por recomendación o por amistad

Brain Trust. Es más, dos de cada diez compañías reconocen que ni siquiera saben cómo conocieron a su bufete de cabecera, ya que la relación entre ambos es histórica y se remonta a tiempo atrás.

El hecho de que no hayan cambiado de firma durante

décadas es una muestra de la confianza que se deposita en los despachos, pero eso no quiere decir que el mundo empresarial no se esté abriendo a colaborar con otras firmas de abogados para temas puntuales, donde buscan un asesoramiento más especializado.

Este cambio de filosofía puede parecer una amenaza para los despachos más confiados, pero representa una oportunidad para las firmas comercialmente más agresivas, de ahí la importancia de

El 40% de los despachos falla a la hora de hacer venta cruzada y ofrecer servicios adicionales

gestionar bien la relación con los clientes.

Una de las conclusiones del informe es que "la venta cruzada de servicios del sector tiene todavía mucho recorrido", según los expertos de Brain Trust. Sorprende, por ejemplo, que el 40% de los

despachos no aprovecha para recomendar otros servicios de la firma a un cliente ya existente.

Para solucionarlo, se impone ser más proactivo, pero González de La-Hoz avisa de que no se trata de llamar al cliente cada semana para "intentar vender algo", sino de ofrecer soluciones, ideas innovadoras o anticiparse a los problemas fuera del ámbito jurídico de actuación, de forma que entren en juego, por ejemplo, otras prácticas y áreas del bufete.

Los clientes toman la palabra

Ramón y Cajal Abogados ha sido uno de los primeros despachos españoles que se ha atrevido a tomar el pulso a sus clientes, más allá de la típica encuesta de satisfacción. La primera sorpresa fue comprobar que todos los clientes a los que se propuso participar en el análisis en profundidad aceptaron y para los socios del bufete los resultados han sido muy importantes. "La información que se obtuvo de la encuesta es tremendamente útil para ubicar tu despacho y áreas de práctica en el mercado y con tus competidores", según explica Esther Muñoz, adjunta a la dirección de Ramón y Cajal Abogados. En su opinión, hacer este tipo de ejercicio "es un instrumento fundamental para definir la estrategia del despacho a corto y medio plazo". No se trata de acosar a los clientes preguntando todos los meses, pero sí de tenerlos en cuenta a la hora de revisar procesos internos.