

Los despachos boutique frente a las grandes firmas: cercanía, independencia y especialización

7-11-2018 | Wolters Kluwer

Lidia Zommer, socia directora de Mirada 360° Marketing para Abogados, conversa en un webinar con Pedro Rueda, socio cofundador de Araoz & Rueda, sobre cómo gestionar una boutique legal y competir con los grandes despachos.



La abogacía de los negocios de alto valor añadido es un gran terreno de juego que enfrenta dos modelos diferentes: el de las **firmas multinacionales de gran volumen** y los **despachos boutique**, de gran especialización, que basan su éxito en la cercanía con el cliente, la independencia y el trabajo de socio. Y claramente tienen su hueco en el mercado, a pesar de la presión comercial de los despachos grandes y de las filiales locales de firmas globales.

Somos una pequeña organización, pero muy bien engrasada y con los medios necesarios y suficientes para poder entregar un servicio de primerísima calidad

No obstante, las cartas con las que ahora se juega en el sector de la abogacía no eran las mismas que se encontró **Pedro Rueda**, socio cofundador de **Araoz & Rueda**, cuando fundó el despacho en 1994 junto a su socio **Alejandro**. “No había Internet, ni móviles, se funcionaba con el fax. Entendíamos que el servicio al cliente era mejorable, que podíamos diferenciarnos con mucha dedicación a los clientes de los socios”, explicó Pedro en el webinar de Mirada 360°.

Era un momento en que empezaba a llegar la inversión extranjera, dentro de un ecosistema económico favorable, y en el que se establecieron las primeras gestoras de private equity. Todo ello, junto a la experiencia profesional en societario de los dos, antes socios en despachos muy establecidos, propició que su nueva firma se centrara en operaciones de **M&A** (fusiones y adquisiciones). Ahora, casi 25 años después, han desarrollado áreas periféricas a estas transacciones estructurales (laboral, contencioso, financiero, competencia...) que generan su propio negocio y **más del 60% de los asuntos que llegan al despacho tiene sello extranjero**. Su recorrido le valió a Araoz & Rueda para alzarse con el premio a Mejor Boutique Legal de España en la III Edición de los Premios Expansión Jurídico a la Excelencia en la Práctica del Derecho de los Negocios.

La feroz competencia que vive la abogacía y, sobre todo, la dedicada a los negocios, obliga a las firmas de menor tamaño a potenciar su diferenciación frente a la velocidad de crucero con la que operan los grandes despachos o las grandes consultoras. “Creemos que el cliente siempre tiene el derecho de contactar con el socio, de forma personal y muy directa”, manifestó Pedro Rueda.

En medio del boom de innovación que estamos viviendo en el sector legal, Rueda se muestra cauto e indica que la tecnología no es la panacea que se promueve frecuentemente en los foros del sector y que todavía es necesario dedicar muchos recursos a que funcionen eficientemente los productos actualmente en el mercado. Si bien en la firma se está trabajando con soluciones de **inteligencia artificial** para los **procesos de Due Diligence**, por el momento la revisión tradicional de documentos sigue dando buenos resultados.

El cliente siempre tiene el derecho de contactar con el socio, de forma personal y muy directa

La transformación que está experimentando el sector legal impacta en la estructura de capital de las firmas. Algunos despachos anglosajones están saliendo a Bolsa, una tendencia por ahora tímida pero que para Pedro Rueda puede marcar el futuro. “Creo que con el tiempo la estructura de capital puede flexibilizarse y que haya en Madrid o Barcelona despachos cotizados”, explicó Pedro, aunque otorgando la prestación de servicios a los abogados, sin que otros profesionales puedan hacerse dueños de la representación al cliente.

“Los abogados en España tenemos un nivel altísimo. Somos muy eficientes, capaces de trabajar mucho y de trabajar con calidad y rapidez en los temas. Y eso es generalizado, tenemos que estar muy satisfechos”, aseguró Pedro Rueda, para quien su experiencia en abogacía internacional le ha permitido comparar el nivel dentro y fuera de nuestras fronteras. Y en un momento en que, de nuevo, los grandes despachos anglosajones están empezando a pescar en el río jurídico español, poner en valor los altos estándares de calidad del abogado nacional, parece una necesidad.

Incluso, admitiendo que los perfiles de los socios en un despacho son muy diversos. Frente a los cazadores, capaces de desarrollar negocio captando nuevos clientes, están quienes realizan un trabajo técnico impecable y mantienen a la clientela. “Fidelizar también es una forma de generar negocio”, sentenció Pedro Rueda.

¿Cómo hacer para intentar competir con las firmas que juegan con más oxígeno? Sin tener miedo. “A cualquier despacho pequeño le diría que no tenga miedo. Que defina qué es lo que quiere hacer y crea en ese proyecto. Esta profesión va de hacer cosas ordinarias, pero de forma extraordinaria”.

