

Las diez exigencias de los clientes a los despachos

Directores de asesorías jurídicas de grandes compañías coinciden en que hay varios aspectos básicos que los bufetes no pueden permitirse eludir para lograr satisfacer a los clientes.

Carlos García-León. Madrid
¿Qué reclaman las compañías a las firmas jurídicas? Para elaborar un decálogo, EXPANSIÓN ha preguntado a varios directores jurídicos de multinacionales, que participaron en un acto organizado por Iberian Legal Group, que piden las grandes compañías a los despachos para ganarse su confianza y volverlos a contratar en futuros trabajos jurídicos.

Olga García, directora de la asesoría jurídica de crédito BMG de Banco Santander, explica que lo que más valora en los abogados externos es “la especialización; para ello nos fijamos mucho en la experiencia previa y, cuando hay que actuar en una jurisdicción más desconocida, en la opinión de nuestros bufetes de referencia o en directorios jurídicos como *Chambers*”.

Para John Rigau, vicepresidente y director jurídico de PepsiCo Western Europe, es fundamental que esa especialización vaya acompañada de un entendimiento del negocio del cliente y no sólo de la industria. Una cosa no sirve para todos. Cada empresa es distinta. No es lo mismo la cultura ni la tolerancia al riesgo de una compañía u otra”. Eduardo Pérez, director jurídico de Media Markt Saturn Iberia, incide en que “es clave el conocimiento del sector de la empresa, algo que a veces se da por hecho, pero no es así”.

Complejidad innecesaria

Una de las cosas que más aprecia Rigau en su relación con abogados de firmas es que no le creen complejidades innecesarias. “Cuando accedes a un letrado externo necesitas su ayuda y, si le planteas una pregunta concreta, resulta muy molesto que te responda con cinco preguntas al respecto. Los *in house* necesitamos respuestas y los bufetes tienen que darlas rápidas, claras y concisas, y asumir riesgos”, explica. En este sentido, Javier Ramírez, director jurídico de ING Direct en España,

Los abogados externos deben asumir riesgos y dar respuestas rápidas, claras y concisas



Las compañías valoran que sus abogados externos mantengan una comunicación regular y fluida.

ña, añade que “los abogados externos muchas veces abusan de coletillas como *no obstante, sin perjuicio de...* que en lugar de ayudarte te generan más dudas. Deben dejar la tibieza a un lado y acompañar más al cliente en su toma de decisiones”.

La disponibilidad y rapidez de respuesta es también fundamental para la directiva de Banco Santander. “No puede ser que envíes un correo electrónico en el que planteas un problema y se tarde una semana en contestarlo. Otras veces, no sería lo deseable, pero en operaciones complejas y multijurisdiccionales se requiere la atención del aboga-

Poder anticiparse a la factura de final de mes

Los directores jurídicos quieren hacer entender a los despachos de abogados que los *in house* también tienen sus propios clientes, es decir, sus directores generales o consejeros delegados. “Queremos que los bufetes sean más predecibles en los temas económicos”, se apuntaba en el foro de Iberian Legal Group. Uno de los directivos jurídicos presentes en el coloquio, que prefiere no ser citado, apuntaba que en su compañía “es importante que a finales de

EL NEGOCIO

Los abogados de empresa coinciden en una queja: los letrados **externos** deben hacer más esfuerzos por conocer mejor el negocio y el **sector** de su cliente. Es necesario que comprendan sus problemas y les aporten **soluciones**.

mes, por ejemplo el día 25, se pueda saber a cuánto ascenderá la factura de servicios legales externos el día 31, porque si finalmente hay un sobrante de lo presupuestado inicialmente, esta cantidad se podría destinar a otros asuntos importantes para la empresa,

A diferencia de los asuntos complejos, en temas de menor valor añadido sí se piden descuentos

Es fundamental que los bufetes cumplan con lo pactado, en tiempos, honorarios y en temas técnicos

El bufete ha de tener oficinas propias en el exterior por la coordinación y el control del gasto

topes fijados”. En este sentido, la mayoría de los *in house* consultados coinciden en resaltar la importancia del compromiso y la generación de confianza.

Presencia internacional

Los directores jurídicos también valoran que sea un despacho multijurisdiccional y global. En este sentido, depende de la operación. “Que el bufete tenga oficinas propias en el exterior es mejor porque es más fácil la coordinación y el control del gasto, pero no es fundamental. Muchos bufetes funcionan muy bien con redes y con *best friends*. Depende de la operación. Si ésta es muy internacional, la preferencia es elegir a un bufete anglosajón, pero si el grueso del asunto está en España, se escoge a un despacho nacional, aunque no tenga presencia en el extranjero”, asegura García.

De la misma opinión es Rigau, para el que, si el asunto no tiene ningún componente internacional, por ejemplo si es un problema de medio ambiente en una fábrica de Burgos, sólo buscas la especialidad y conocimiento. “Por contra, para consultas en varias jurisdicciones de Europa, me ayuda, si no tengo abogados *in house* en países determinados, contratar a un bufete que pueda coordinar esas dudas legales en esos lugares, porque las alianzas, a diferencia de la red propia, son a veces acuerdos artificiales”.

Abundando en el aspecto internacional, Pérez, de Media Markt, resalta que, para algunos asuntos concretos a la hora de decidir contratar a un bufete en España, desde la matriz en Alemania se valora que el bufete español pueda tener un *german desk*.

Decálogo de los 'in house'

1 Escuchar a los clientes. Estar totalmente presente y escuchar las necesidades, deseos y frustraciones que comparten los abogados *in-house*.

2 Comunicar de forma regular y fluida. Cada vez que se comunica (o no) con el cliente se aumenta o disminuye su confianza.

3 Centrarse en las necesidades del cliente y facilitarles propuestas de solución. Hay que evitar a toda costa complejidades innecesarias. Respuestas rápidas, claras y concisas.

4 Entender el negocio. No basta con comprender la actividad empresarial sino también la cultura, la estructura, la tolerancia al riesgo...

5 Sensibilidad de los costes. Ajustarse al presupuesto y evitar sorpresas. Recordar que el abogado interno también tiene clientes.

6 Hacer seguimiento. Entender la importancia de acompañar a los clientes actuales y potenciales. Que sepan que te preocupas por ellos.

7 Compromiso y generación de confianza. Un cliente se sentirá más seguro si el abogado del bufete tiene un sentimiento de pertenencia al equipo.

8 Aprendizaje e innovación. Estar siempre dispuesto a aprender, estar abiertos a nuevos enfoques. Intentar marcar la diferencia.

9 Cobertura internacional. Para asuntos que lo requieran, poder ofrecer un servicio en varias jurisdicciones, ya sea con oficinas propias, redes o alianzas.

10 Cuidar los detalles. Cultivar al máximo la relación con los clientes. Todos deben ser y sentirse importantes y todos los detalles cuentan.