

JOAN VIDAL DE LLOBATERA, SOCIO DE JAUSAS

“El reto para los despachos de abogados es mantener a los profesionales”

Uno de los socios de Jausas explica la marcha del bufete. Entre los retos para las firmas de abogados, destaca que el “mercado de las grandes operaciones ha terminado y todos los despachos luchan por los mismos clientes”

BORJA MEC. Madrid

Joan Vidal de Llobatera es el socio encargado del departamento de procesal del bufete Jausas. Se trata de un despacho que, originalmente nació en los años sesenta y ahora lleva varios años de importantes crecimientos. De hecho, en el año 2004 tuvo un incremento de su facturación del 20 por ciento y cerró el año con unos ingresos de 55 millones de euros.

A ese despacho originario, se han ido uniendo un buen grupo de profesionales hasta los más de sesenta que integran ahora el bufete. El despacho sólo cuenta con oficinas en Madrid y Barcelona y no tienen pensado, por el momento, ampliar ese espectro.

Vidal de Llobatera asegura que el despacho sufrió un crecimiento muy importante cuando se empezó a dedicar al asesoramiento de empresas farmacéuticas, “especialmente las multinacionales implantadas en España”.

El abogado sitúa a su despacho entre el grupo de bufetes medianos. “Lo que nosotros



Los socios del bufete Jausas.

pretendemos es asesorar de forma multidisciplinar a nuestros clientes”, explica Vidal de Llobatera.

Competencias

La competencia es muy complicada y especialmente en Barcelona donde la irrupción de despachos medianos ha dejado el mercado casi saturado. “Competimos con un amplio abanico de despachos. Ha de-

saparecido el abogado que tiene fidelizado al cliente de forma exclusiva”, asegura el socio. En su opinión, ahora el cliente no tiene en reparos en moverse de un asesor a otro. Los motivos de esas oscilaciones pueden ser muchas, “por ejemplo, porque busca un despacho con una especialidad determinada o con sede en un determinado lugar”.

Además, la pelea, en el

buen sentido de la palabra, se desarrolla también entre todos los bufetes: despachos grandes, medianos y pequeños. “La competencia es en todos los ámbitos”, asegura Vidal de Llobatera.

“La gran operación ha desaparecido y el bufete grande también lucha por el cliente pequeño. Nuestra idea es seguir la línea de fomentar sectores de crecimiento especia-

les, como puede ser el de la salud. Fomentar los departamentos de agroalimentario o medioambiental, por ejemplo”, explica sobre el bufete.

En su opinión, son muchos

La filosofía de Jausas no es fichar “peces gordos” sino apostar por los profesionales desde la base

los despachos que están haciendo cosas interesantes en Barcelona y destaca un rasgo común entre el bufete en el que ejerce y los demás: la vocación internacional.

Para Vidal de Llobatera, el gran reto de los despachos es lograr mantener y retener a los profesionales. “Nosotros cogemos a la gente joven y tratamos de hacerle un plan de carrera para que el abogado continúe con nosotros”, asegura. Para él, el movimiento de profesionales no es desmesurado y la filosofía de su bufete no es fichar a “peces gordos” sino formar desde abajo.

FICHAJE



Tim Wirth.

Cuatrecasas refuerza el área de inmobiliario en Mallorca

EXPANSIÓN. Madrid

El despacho de abogados Cuatrecasas ha incorporado, a través de su oficina en Palma de Mallorca, al abogado Tim Wirth. Este letrado alemán se ha especializado en inversiones inmobiliarias de origen alemán tanto en Baleares como en el conjunto de España. Durante los últimos siete años, ha ejercido su profesión, en un despacho multinacional en la capital balear.

Según los dirigentes de su nueva firma, su incorporación a Cuatrecasas tiene una doble vertiente por cuanto, además de facilitar la atención a numerosos ciudadanos alemanes desde la oficina de Palma, se incorporará al Grupo Inmobiliario y al *German Desk* de la firma, un grupo de abogados especializado en el asesoramiento de clientes alemanes que cuenta con abogados en diferentes oficinas de Cuatrecasas.

German desk

Según explica el Coordinador del *German Desk*, el también abogado alemán, Kai Christian Fischer, “el fichaje de Tim Wirth significa un importante refuerzo para la práctica hispano-alemana del despacho y nos permite ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes con intereses en Baleares”.

Wirth tiene la doble titulación de abogado que le permite ejercer como abogado tanto en España como en Alemania. Tras licenciarse en Derecho por la Universidad de Hamburgo el año 1994, Wirth ha realizado diferentes cursos de postgrado, es diplomado en empresariales y homologó su título de Derecho ante el Ministerio de Justicia español el año 2000.

NEUE INCORPORACIÓN

DLA refuerza competencia con una ex Cuatrecasas

EXPANSIÓN. Madrid

DLA Piper acaba de incorporar a su oficina de Madrid a Olivia Amador, abogada especialista en derecho comunitario y de la competencia. Amador venía desarrollando su práctica profesional en Cuatrecasas durante los últimos cuatro años. La abogada es licenciada en Derecho por la Universidad de las Palmas y master en Derecho de las Te-

lecomunicaciones en la Universidad Carlos III de Madrid.

Con este fichaje, el equipo dirigido por Antonio Creus refuerza el departamento de competencia, que ya cuenta con la presencia de Gerard Pérez Olmo. Según la firma, esta incorporación supone completar la primera fase del plan de desarrollo que aspira a liderar el mercado en su especialidad.

‘LIBRO ROJO’

Un libro repasa la situación del marketing jurídico en España

EXPANSIÓN. Madrid

Tres profesionales experimentadas en el mundo del marketing jurídico han lanzado al mercado *El libro rojo del marketing en las firmas de abogados*.

El objetivo de esta publicación es alertar a los profesionales del sector jurídico sobre los caminos que se están abriendo delante de los despachos.

Las autoras son Marisa Méndez, Carmen González y Almudena Rodríguez. Las tres participan de forma activa en el mundo del marketing jurídico, tanto como profesionales como en la vertiente de la docencia.

Según explican las autoras, el libro es rojo “porque queremos advertir que ha llegado el momento de

de qué forma en los despachos de abogados.

La intención de las autoras es poner encima de la mesa el papel que los conocimientos de marketing pueden suponer para los bufetes. Según explican en el libro, “ante las deficiencias y obstáculos encontrados a lo largo de este proceso [cambios en el mercado], la necesidad de recurrir a las técnicas de marketing es una opción que aparece cada vez con más nitidez pese a los interrogantes y la incertidumbre patente en toroña qué es el marketing de servicios jurídicos y cómo ponerlo en práctica”.

Rodrigo Uría, socio director del bufete Uría & Menéndez, asegura en el prólogo del libro que “he visto en él reflejadas múltiples ideas y vivencias de las que a mí mismo me han asaltado a lo largo de toda una vida dedicada al ejercicio de la Abogacía”.

La obra propone una parada en el camino recorrido por los despachos de abogados

realizar una parada y analizar hacia donde va el mundo del marketing en los despachos de abogados”.

Desconfianza

Según los expertos, son muchos los abogados que no terminan de ver claro si el marketing tiene cabida y

litigue...

...nosotros ponemos las pruebas.

Dirección: Francisco Marco, Doctor en Derecho

Barcelona
Tel 93 323 21 48 / Fax 93 453 17 38
Rosellón, 160 Prat / 08036 Barcelona / España
www.metodo3.es / mail@metodo3.es

Madrid
Tel 91 315 43 49 - 91 315 66 76 / Fax 91 315 89 63
Concepción Bahamonde, 10 bajos derecha / 28028 Madrid / España
www.metodo3.es / madrid@metodo3.es

MÉTODOS
la mayor agencia de detectives española

