



Las alianzas internacionales son una forma habitual para dar respuesta a las necesidades de los clientes.

## Conquistar el mundo a través de una alianza

Las redes de despachos de abogados son una opción muy demandada para cubrir globalmente las necesidades de los clientes donde no tienen oficina propia.

Laura Saiz. Madrid

Compañías españolas de todos los tamaños y de todos los sectores se han lanzado claramente a la conquista del mundo. Tanto es así, que ya son muchas las grandes firmas cuyo negocio exterior factura más que el interior.

La exportación y la internacionalización son dos palabras que ya se usan habitualmente en el argot empresarial, circunstancia que también ha calado en la industria legal. No en vano, deben acompañar a sus clientes allá donde tengan sus negocios, por lo que contar con alcance mundial empieza a ser casi una obligación para los despachos.

Estrategias para cumplir con esta necesidad hay casi tantas como despachos de abogados. Contar con sedes propias es un plan ambicioso, ya que exige un gran músculo financiero para completar una estrategia de este estilo, por lo que no todas las firmas se pueden permitir montar una oficina desde cero.

Un programa algo más rápido, pero también complicado es, por ejemplo, el que está llevando a cabo Ontier, que le ha permitido estar presente en 15 países en cinco años, el último de ellos República Dominicana. Se trata de una es-

trategia de internacionalización completada en tiempo récord gracias a la adquisición de participaciones en el capital de bufetes locales ya implantados que ahora operan bajo el paraguas de la marca Ontier.

Sin embargo, el plan más habitual que han decidido seguir la gran mayoría de los despachos es la de unirse a alianzas internacionales.

“En un mundo cada vez más globalizado, las necesidades de nuestros clientes requieren en muchas ocasiones del conocimiento y creación de equipos y prácticas transnacionales, lo que hace imprescindible formar parte de una estructura estable, y confiable, a nivel internacional”, comenta Jordi Rovira, socio director de AGM Abogados y presidente de Lawrope International Group of Lawyers, que se encuentra presente actualmente en 15 países.

No obstante, apuntarse a una alianza no es suficiente para sacar provecho de ella, ya que tanto para encontrar miembros afines en otros países como para ser el despacho de referencia de otros compañeros hay que trabajar la red.

Y es que esta opción se presenta como una de las mejores para ampliar la base de

**Muchas alianzas cuentan con evaluaciones anuales para mantener el nivel de sus socios**

**Es necesaria una participación activa para sacar rédito a través de trabajos referidos**

clientes con trabajo referidos, pero para ello es necesario que haya una participación activa en las acciones que emprenda el grupo. Limitarse a pagar religiosamente la cuota –que puede superar los 1.000 euros mensuales– es un grave error de principiantes.

**Complemento**

No obstante, esta estrategia es igualmente válida para los grandes despachos que, aunque tienen sedes propias en diferentes destinos clave, necesitan ampliar su presencia internacional.

En este sentido, Katia Yacobi, responsable de relaciones internacionales de Uría Menéndez, explica que su pertenencia a Lex Mundi, red presente en cerca de 160 jurisdicciones de todo el mun-

do, les permite “complementar de manera exhaustiva su propia red de oficinas propias y *best friends* en Latinoamérica y Europa”.

Además, Yacobi añade otra ventaja: la posibilidad de establecer “una relación privilegiada” con firmas punteras de todos los países, ya que en el caso de Lex Mundi todos los miembros deben pasar una evaluación anual basada en criterios rigurosos de calidad técnica y excelencia en el servicio al cliente, entre otros.

Una forma de contar con una posición destacada en el caso de los grandes despachos es ser una de las firmas fundadoras. Por ejemplo, Garrigues, aunque cuenta con 32 oficinas propias en 13 países distintos, es cofundador de Taxand, la principal alianza internacional de fiscalistas, fundada el 7 de marzo de 2005.

Pero, ¿qué ventajas tiene para una firma, independientemente de su tamaño, formar parte de una red? Además del beneficio claro de la posibilidad de atender los asuntos de los clientes de forma global, otro punto a favor es la red de contactos de todos los socios y responsables de los despachos que forman la alianza.

### ALIANZAS INTERNACIONALES

Redes en las que están presentes los principales despachos españoles

Despacho	Alianza	N.º de jurisdicciones	N.º de despachos
Legálitas	International Lawyers Network	194	700
Durán-Sindreu	IR Global	155	732
Grupo Gispert	IR Global	155	732
Roca Junyent	TerraLex	150	144
Abril Abogados	Gala	140	75
De Andrés y Artífano	Nexia Internacional	115	245
Gómez-Acebo & Pombo	Employment Law Alliance	100	154
Ventura Garcés & López-Ibor	Multilaw	100	90
Maio Legal	Globalaw	85	110
Cuatrecasas	World Law Group	85	58
Bufete Escura	TagLaw	83	182
Marimón Abogados	SCG Legal	82	148
Ecija	Meritas	80	175
RCD	First law International	80	80
Gómez-Acebo & Pombo	Interlaw	77	84
Confianz	Sfai	70	134
JDA	Sfai	70	98
Auren	Antea	62	30
RCD	Interlex	60	49
RCD	Lawyers Associated Worldwide	55	100
Ventura Garcés & López-Ibor	Legalink	54	65
Garrigues	Taxand	50	50
Sagardoy	Ius Laboris	50	56
Gómez-Acebo & Pombo	Techlaw Group	48	25
Marimón Abogados	IsFin	48	38
Ecija	Interact Law	47	47
Ceca Magán	Cícero League of Int. Lawyers	40	40
Gómez-Acebo & Pombo	Association of European Lawyers	34	39
Gómez-Acebo & Pombo	Club de Abogados	34	34
NetCraman	Law Exchange International	30	36
Manubens	Pragma International	24	34
Lener	Biolegis	21	21
Broseta	Red Legal Iberomericana	16	9
Ecija	World IT lawyers	16	16
AGM Abogados	Lawrope Int. Group of Lawyers	15	19
Lener	Unilaw	15	15
Lupicinio	Antitrust Alliance	15	16
Círculo Legal	Inlaw Alliance of law firms	12	12
Abdón Pedrajas	Ellint	10	10
DA Lawyers	Act Legal	10	9
Grupo Gispert	Alliant Law	10	10
Lupicinio	BSA	6	10

Ordenado por el número de jurisdicciones. No se han tenido en cuenta redes propias ni acuerdos puntuales entre firmas (relaciones de *'best friends'*).

Fuente: Elaboración propia con información facilitada por los despachos.

Otro beneficio muy destacado, sobre todo para los bufetes de menor tamaño, es, según el socio director de AGM Abogados, “el de los servicios internos de la red, como el marketing que tienen a nivel mundial, que nos da una mayor visibilidad en otros países; las reuniones anuales que hacen que nos permite ampliar nuestra propia red de contactos; o los proyectos de colaboración entre despachos miembros de la red”.

Sin embargo, no todo son ventajas en este tipo de planteamientos. Quizá la más evidente es la falta de poder a la hora de tomar decisiones a nivel internacional, ya que la estrategia de la red la decide el comité de dirección o la asamblea de socios, sobre todo en las más pequeñas, en sus reu-

niones semestrales o anuales.

Precisamente la falta de independencia es una de las principales razones por las que Chávarri Abogados ha preferido seguir otra estrategia internacional: oficina propia en Italia y acuerdos de *best friends* con otros despachos europeos e hispanoamericanos.

Para Jesús Merino, socio director jurídico de Chávarri Abogados, la ventaja es obvia: “Con oficinas propias hay una mayor autonomía a la hora de tomar decisiones en el nuevo país; mientras que los acuerdos puntuales representan un gran activo para dar cobertura a tus propios clientes y a los clientes de otros países”.

No obstante, reconoce que también hay inconvenientes, como el riesgo de conciliar culturas jurídicas muy dispares.