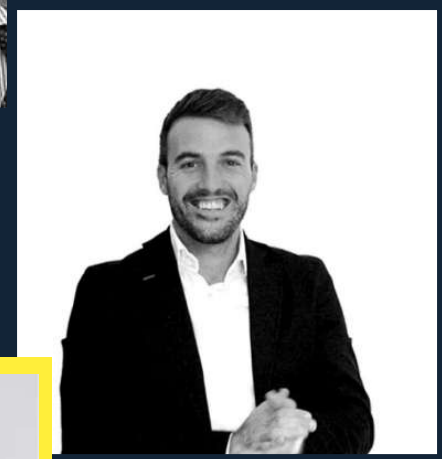


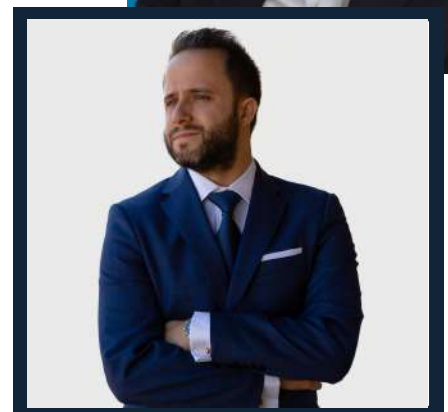
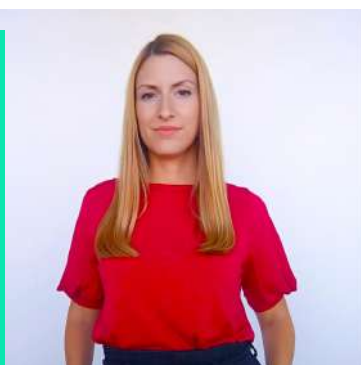
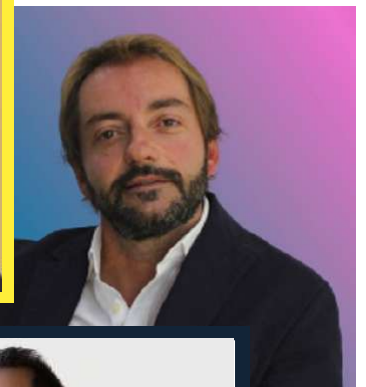
GUÍA DEFINITIVA PARA MONTAR TU DESPACHO DE ABOGADOS

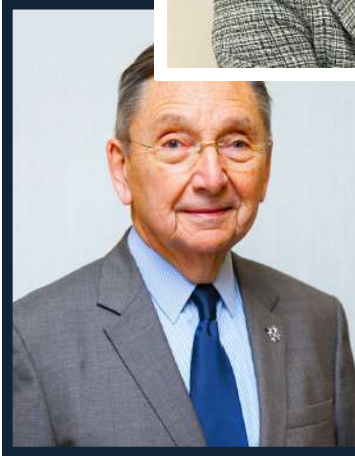


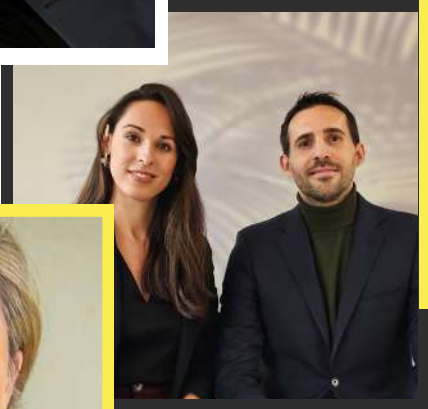
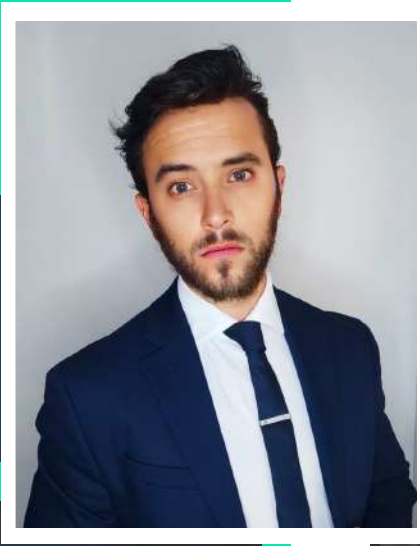
Consejos prácticos y experiencias de expertos para emprender como **Abogado Autónomo** y escalar tu firma al **siguiente nivel**

TODAJURISTAS.COM









ÍNDICE

<u>15 consejos para todo Abogado que empieza - Jaime Sanz Fernández-Soto</u>	04
<u>3 consejos para regular la relación entre abogados al montar una SL o una SLP - José María Vidal</u>	06
<u>La importancia de la Comunicación en un Despacho de Abogados - Juan Gonzalo Ospina</u>	07
<u>Los 10 principios esenciales del emprendimiento en la abogacía - Raúl Herrera</u>	09
<u>La parcialidad del abogado y sus límites - Oscar Fernández León</u>	10
<u>Consejos para crecer en Redes Sociales. Por Lawtips, el Abogado con más seguidores de España - Andrés Millán</u>	11
<u>Presencia en redes sociales: construyendo en lugar de destruir - Escarlata Gutiérrez</u>	13
<u>Consejos que hubiera agradecido en mis comienzos profesionales - Alfredo Sánchez-Rubio</u>	14
<u>¿Quieres mejorar tu productividad? Entrena tu mente - Berta Santos</u>	16
<u>Consejos para abogados autónomos que se inician - Alberto Cabello Massegosa</u>	17
<u>Digitalízate y usa la IA: claves para montar un Despacho Innovador - Antonio Serrano Acitores</u>	19
<u>Especialización y asociación. Dos consejos para el que comienza su andadura - Nielson Sánchez Stewart</u>	20
<u>El desarrollo de negocio la pieza clave en el crecimiento profesional - Eugenia Navarro</u>	21
<u>Cuatro consejos para generar clientes desde cero - Ramón Salvat</u>	23
<u>Cómo empezar desde 0 en la Abogacía con estos consejos personales - Fernando J. Eraus Saiz</u>	24
<u>El despacho del futuro: estrategias para jóvenes abogados emprendedores - Marc Gericó</u>	26
<u>Salud en el sector legal - Silvia García Bravo</u>	28
<u>Sin padrinos, solo pasión: La Creación de Vestalia Abogados de Familia - Delia Rodríguez</u>	29
<u>Sentido común en el ejercicio de la abogacía. Consejos de un Magistrado a Abogados - Carlos Viader Castro</u>	31
<u>Fiscalía y abogacía: vamos a llevarnos bien - Susana Gisbert</u>	33
<u>Abogado, sácale partido a tu procurador - Eva García Fernández</u>	35
<u>¿Hay algo más bonito que trabajar por la justicia? La relación entre periodistas y abogados - Patricia Rosety</u>	37
<u>Cuando alguien conoce su camino, el resto se aparta para dejar que pase - Sara G. Antúnez</u>	38
<u>Luces y sombras del Turno de Oficio - Manuel Valero</u>	40
<u>La estrategia: competir por valor y no por precio - David Muro Fernández de Arróyave</u>	41
<u>Abogacía: Elige tu propia tu aventura - Javier Alberti</u>	43
<u>3 errores que te hacen perder clientes - Mónica Gil</u>	45
<u>¿Es necesario trabajar primero en otros despachos antes de emprender tu propio camino en la abogacía? - Maite Pozo</u>	47
<u>Principales errores a evitar a la hora de lanzar tu propio despacho - Susana Claudio Fernández</u>	49
<u>Usa la Inteligencia. También la Artificial - Borja Aduara Varela</u>	51

<u>Soy abogado, no quiero ser influencer - Mercedes Asorey</u>	52
<u>De servidor público a montármelo por mi cuenta - Santiago Milans del Bosch y Jordán de Urries</u>	53
<u>Cómo crear tu firma del Siglo XXI - Natalia Martos</u>	55
<u>Lo que no se comunica, es como si no existiera - Carlos García-León</u>	56
<u>Pautas para lograr una comunicación jurídica clara y actual - Cristina Carretero González</u>	58
<u>Especialización y/o diferenciación ¿Tanto monta, monta tanto? - Cristina M Ruiz Pérez</u>	59
<u>Qué quieres ser de mayor y cómo conseguirlo - Rodolfo Tesone</u>	61
<u>El inglés no se te da mal, lo que necesitas es cambiar tu estrategia - Lola Gamboa</u>	63
<u>La historia del podcast Tertulia Jurídica - Ángel Seisdedos</u>	65
<u>Abogacía joven y ejercicio por cuenta propia: claves del éxito - Quiara López Ferrer</u>	67
<u>Cómo Innovar en el Derecho Digital: Lecciones de la cuenta de RRSS Tech And Law - Elena Gil y Eduard Blasi</u>	68
<u>La “Revolución Inteligente” en la Abogacía - Sara Molina</u>	70
<u>Lanzamiento de servicios jurídicos “monoproducto” - Antonio Aguilera</u>	71
<u>No es negociable, el éxito legal demanda bienestar - Paula Fernández-Ochoa</u>	73
<u>Mi reflexión para mi yo joven de cuando montó su primer despacho adaptado a los nuevos tiempos Luis Abeledo</u>	75
<u>Por qué y para qué debes conocer el ecosistema Legaltech - José María Fernández Comas</u>	77
<u>Saltando al vacío: Testigo de un Abogado emprendedor - Pau Ventura Álvarez</u>	78
<u>¿Mereció la pena? Por supuesto que sí - Miguel Ángel Mejías</u>	80
<u>Cómo combatir el estrés en el trabajo de Abogado a través de la meditación - Cristina Durán Delgado</u>	82
<u>Legalmente viral: cómo convertir tu marca personal como abogado autónomo en un fenómeno en redes sociales - Yahaira Agredo</u>	84
<u>Desvelando los secretos del éxito Legal: Consejos para los primeros pasos en la abogacía - Noelia Liduina Rebón Rodríguez</u>	85
<u>Cómo huir del Low Cost si eres Abogado Autónomo - Carlos Rubio Mazas</u>	87
<u>Nuestra reputación nace antes que nuestro despacho y perdurará después de él - Cristina Lara</u>	88
<u>Conviértete en un solucionador de problemas - Emma Hakobyan</u>	90
<u>Comenzar de forma tardía en la Abogacía ¿Es beneficiosa la experiencia previa en otros sectores? Juan Oliver</u>	92
<u>Ciberseguridad en el ejercicio de la abogacía - Juan Carlos Fernández Martínez</u>	93
<u>Ilusión mato mi consciencia - Guillermo Plaza Escribano</u>	95
<u>La vida de una abogada separada, madre x2 y autónoma en Madrid - Belén García López</u>	97
<u>El poder del “foco en cliente” a través del enfoque en la contextualización del proyecto - Raquel Arenas</u>	99

¿POR QUÉ ESTA GUÍA?

La “**Guía Definitiva para Montar tu Despacho de Abogados**” es un proyecto único y pionero en el apoyo a los inicios profesionales que busca servir de inspiración a quienes inician su andadura como abogados emprendedores (o sueñan con hacerlo).

Nuestra misión ha sido clara desde el principio: crear la guía que cualquier abogado autónomo hubiera querido tener al comenzar su camino profesional y, a la vez, ofrecer una lectura que sirviese para firmas establecidas o socios de grandes firmas que buscan prosperar y crecer sus negocios.

Esta guía no es solo una recopilación de artículos; es una verdadera obra colectiva en la que destacados abogados y profesionales han compartido generosamente sus conocimientos y experiencias.

En sus páginas encontrarás consejos prácticos, estrategias de crecimiento, errores que evitar y lecciones aprendidas a lo largo de sus trayectorias profesionales (y personales).

Cada contribución está impregnada de autenticidad y generosidad, con el propósito de brindar herramientas valiosas y reales. Un manual que no solo inspire, sino que también ofrezca soluciones concretas a los desafíos cotidianos de la abogacía.

Espero sinceramente que encuentren en estas páginas la inspiración y el conocimiento necesarios para emprender y transformar sus despachos en verdaderas historias de éxito.



Andrés Ruiz,

Director de [todojuristas.com](https://www.todojuristas.com)

TODOJURISTAS.COM

15 consejos para todo Abogado que empieza

Los 15 consejos para todo abogad@ que empieza en la abogacía por orden de importancia después de 16 años como abogado de alguien que empezó con 29 años sin haber estado jamás en ningún despacho de abogados:

Jaime Sanz Fernández-Soto

Abogado y fundador de Safe Abogados



1.Marketing. Lo importante de la abogacía, no es ser buen abogado, es captar clientes, por eso un 80% de tu tiempo lo tienes que dedicar a captar nuevos clientes, a retener los que tienes y hay que invertir constantemente tiempo y dinero, aunque hay muchos ejemplos de cómo sin dinero, pero empleando mucho tiempo puedes darte a conocer.

4.Rentabilidad. Hay que saber el tiempo que te puede llevar a cada asunto y no trabajar a pérdidas. Por ello tienes que saber cuánto quieres ganar al mes, cuáles son tus costes al mes, para conocer cuál es tu precio hora, y poder trabajar ganando dinero.

6.Hoja de encargo. Realiza siempre hoja de encargo con el cliente, eso te ayudará a evitar a los clientes que solo van a precio y te ayudará a perder clientes. A todos los clientes les parece caro los servicios, una vez prestado.

9.Hoja de encargo. Realiza siempre hoja de encargo con el cliente, eso te ayudará a evitar a los clientes que solo van a precio y te ayudará a perder clientes. A todos los clientes les parece caro los servicios, una vez prestado.

2.Inversión. Hay que destinar parte de tus ingresos a marketing. El marketing no solo hay que realizarlo cuando te va mal, sino también cuando te va bien, para que te vaya mejor.

5.Cobrar antes de respirar. Tan importante es sacar el trabajo adelante y ganar los juicios, como cobrar por tu trabajo, por ello hay que buscar herramientas y medidas, que te ayudan a evitar los impagos, una de ellas es cobrar a plazos y cobrar el 100% de los honorarios antes del juicio, después del juicio siempre hay excusas.

7.Con el cliente todo por escrito. Te aconsejo que, al cliente, le acostumbres a hacerlo todo por correo electrónico, por dos razones, para poder gestionar mejor el tiempo, por si hay algún problema con el cliente poder defenderte.

10.Estudiar y formarse continuamente. No vale con salir de la carrera y hacer algún curso de vez en cuando, hay que formarse casi a diario y constantemente, en mi caso analizo todas las semanas entre 10 y 15 sentencias de derecho de familia de la audiencia provincial de Valladolid y del tribunal supremo.

3.Dedicación. La abogacía requiere una dedicación continua y diaria, 7 días a la semana, 365 días al año, es imposible desconectar porque siempre cuando menos te lo esperas, un cliente necesita asesoramiento y lo necesita aquí y ahora. La abogacía es una profesión que te absorbe y es imposible trabajar menos de 10 horas al día y casi todos los fines de semana.

6.Hoja de encargo. Realiza siempre hoja de encargo con el cliente, eso te ayudará a evitar a los clientes que solo van a precio y te ayudará a perder clientes. A todos los clientes les parece caro los servicios, una vez prestado.

8.Software informático. Tener un programa informático o CRM jurídico desde el principio te ayudará a tener controlados todos los expedientes y medir, qué tipo de clientes tienes, si son hombres o mujeres, gente joven o mayor, de qué barrio etc. e incluso el tipo de asuntos que tienes.

15 consejos para todo Abogado que empieza

Jaime Sanz Fernández-Soto

11.Especialización. Hay que empezar aprendiendo de todo para acabar especializándose, solo de esta manera conseguirás diferenciarte del resto de tus compañeros y destacarás en el mercado.

12.Modelos. Hay que desarrollar modelos, que te ayuden a ser más eficaz en día a día, sobre todo si son cosas que no aportan valor añadido a tu trabajo, pero son muy repetitivas, por ejemplo, como realizar un poder notarial, como enviar un burofax, etc.

13.Colaboradores. Debes tener un mínimo de 10 abogados de confianza, a lo que poder preguntar dudas, solicitar ayudar o pedir modelos cuando los necesites, antes o después la necesitaras, es imposible saber de todo.

14.Copia de seguridad. Hay que asegurarse de que todo el tiempo que empleamos y todo el trabajo que realizamos no se pierde, por lo que tienes que hacer copias de seguridad a diario de todo tu trabajo para que no se pierda si entra un virus. Nosotros tenemos 3 copias de seguridad además de la copia en la nube.

15.Futuro. Desde el principio hay que pensar en la jubilación y decidir si te das de alta en la mutualidad o en el reta. Por ello hay que ahorrar desde el principio para asegurarse la jubilación, hay muchos abogados que no se puede jubilar, porque su jubilación son 400€ al mes.

3 consejos para regular la relación entre abogados al montar una SL o una SLP

Cuando se inicia un nuevo proyecto empresarial, hay una serie de cuestiones que conviene abordar lo antes posible para conseguir que todos los esfuerzos vayan en la misma dirección. En base a mi experiencia, recomendaría que, como mínimo, el **acuerdo entre socios o partnership agreement** estableciera las reglas de juego sobre las siguientes materias:

•Valores y objetivos de la firma

Es importante definir los principales valores del proyecto para alinear intereses. Marcarán la dirección de la firma y se manifestarán en la cultura corporativa. Aquí entran en juego las aspiraciones o compromisos éticos en los que los abogados quieren verse reflejados.

En cuanto a los objetivos; hay mucha variedad dependiendo qué tipo de firma se quiere construir: ¿sólo para abogados o también podrían participar compañeros con otra formación como economistas? ¿se trata de una firma generalista o se orienta más hacia un perfil de especialista en determinada materia?, ¿se aceptan todos los clientes o hay algún sector o proyecto que no se quiere abarcar? ¿se busca un crecimiento rápido, sostenido, orgánico? ¿se contempla el trabajo pro-bono?

•Gobernanza, decisiones clave y Resolución de conflictos

Hay que ser preciso en los procedimientos que hay que seguir para la toma de decisiones que requiere la firma. Habitualmente hay varios niveles de decisión dependiendo de lo relevante de la materia y/o su impacto en la firma. Habrá cuestiones que puedan resolverse individualmente por el responsable asignado y otras que requerirán de un consenso amplio. Por ejemplo, ¿cómo se define la estrategia a seguir por la firma en los próximos años? ¿cómo se decide si el local donde se va a ejercer la actividad debería ser arrendado o comprado? ¿quién decide cuando ha llegado el momento de abrir otra oficina? ¿cuándo se incorporan nuevos abogados? ¿se ofrecen prácticas para estudiantes? ¿hay reuniones periódicas para tratar estos asuntos?

Asimismo, es importante que exista un proceso preestablecido para la **resolución de conflictos**. Esto ayuda a tener un cauce que permita encontrar una solución amistosa. En última instancia, una solución habitual es la separación de caminos entre abogados. En qué condiciones económicas y de negocio se realiza, dependerá en gran medida de los motivos que hayan llevado a esta situación y de la manera en que se haya entrado en la sociedad.

José María Vidal

Director del área de Corporate y Venture
Capital de ATH21



•Reparto de roles, dedicación, permanencia y retribución

Conviene establecer los roles principales diferenciando entre la vertiente pública y privada, y su peso dentro del organigrama. De esta manera, es más sencillo dibujar el objetivo común y los objetivos particulares de cada abogado. Tradicionalmente, las firmas de abogados se organizan en torno a las especialidades del derecho y de la experiencia que cada profesional trae a la mesa (departamento mercantil, civil, fiscal, y así sucesivamente).

Otra mención necesaria para evitar que las expectativas particulares choquen con la realidad versa sobre la dedicación, permanencia y retribución. ¿cabe la dedicación parcial? ¿hay un compromiso de permanecer un período de tiempo concreto? ¿existe un plan de carrera que afecte a la retribución del abogado? ¿Tiene sentido el reparto de porcentajes dentro de la sociedad con la dedicación de cada socio? ¿Qué política de dividendos tendrá el despacho?

Juan Gonzalo Ospina

Abogado penalista y socio director en
Ospina Abogados



La importancia de la Comunicación en un Despacho de Abogados

La comunicación efectiva es fundamental en el ámbito legal, donde la claridad y la precisión pueden marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso. Aquí hay algunas razones por las que la comunicación, ya sea a través de la prensa, redes sociales o entrevistas, es crucial para un despacho de abogados, técnicas que son pilar sólido en Ospina Abogados, donde la comunicación es fundamental para conectar con nuestros clientes:

•**Construir una reputación sólida:** La forma en que un despacho se comunica con sus clientes y el público en general puede influir en su percepción y reputación. Una comunicación clara, transparente y profesional puede ayudar a construir una reputación sólida y confiable.

•**Gestión de crisis:** En momentos de crisis o controversia, una comunicación rápida y bien gestionada puede ayudar a mitigar daños reputacionales y proteger los intereses del despacho y sus clientes.

•**Ganar la confianza del cliente:** La comunicación efectiva es esencial para establecer y mantener la confianza del cliente. Los abogados deben ser capaces de explicar los procesos legales de manera comprensible y estar disponibles para responder preguntas y preocupaciones.

•**Marketing y atracción de clientes:** La comunicación estratégica a través de la prensa y las redes sociales puede ayudar a promover los servicios legales del despacho y atraer nuevos clientes. La participación en entrevistas y la publicación de artículos en medios relevantes pueden aumentar la visibilidad y credibilidad del despacho.

Consejos para abogados que se inician en la comunicación

1.Capacitación en comunicación: Invierte tiempo en mejorar tus habilidades de comunicación, tanto en la redacción de documentos legales como en la comunicación oral con clientes, colegas y medios de comunicación.

2.Conoce a tu audiencia: Adapta tu mensaje según la audiencia a la que te estás dirigiendo. La forma en que te comunicas con un cliente individual puede diferir de cómo te comunicas con el público en general a través de las redes sociales.

3.Mantente actualizado: Estar al tanto de las últimas tendencias y cambios en el ámbito legal te permitirá comunicarte de manera más efectiva con tus clientes y el público en general.

4.Utiliza múltiples canales de comunicación: Aprovecha las diferentes plataformas de comunicación disponibles, como las redes sociales, blogs y entrevistas en medios de comunicación, para llegar a una audiencia más amplia y diversa.

La importancia de la Comunicación en un Despacho de Abogados

Juan Gonzalo Ospina

5. Sé transparente y honesto: La honestidad y la transparencia son fundamentales en la comunicación legal. Mantén a tus clientes informados sobre el progreso de sus casos y sé claro sobre las expectativas y posibles resultados.

6. Practica la escucha activa: Escuchar activamente a tus clientes te ayudará a entender sus necesidades y preocupaciones, lo que a su vez te permitirá comunicarte de manera más efectiva y brindar un mejor servicio.

Pero como siempre decimos, el éxito no es seguir un manual que nos lleva por el correcto sendero, sino que tenemos que saber adaptarnos a cada situación y sortear los baches. Tarea evidentemente más sencilla si tenemos un plan, unas directrices y miramos el camino andado por quienes nos han precedido.

Los 10 principios esenciales del emprendimiento en la abogacía

Como todo negocio, la abogacía debe sustentarse en cuatro pilares fundamentales. Como la estabilidad de una mesa necesita de cuatro patas. Sin ellos no podemos obtener el círculo virtuoso que hace de nuestro despacho una máquina perfectamente engrasada para resolver problemas, mejorar la vida de nuestros clientes y, por ende, dotarnos de una elevada calidad de vida, libertad e independencia como abogados.

Estos son los principios rectores que deben orientar a todo despacho de abogados, y solo ellos se obtendrán trabajando con eficacia y dedicación en cuatro pilares. Ahora bien, estos cuatro pilares se desglosan en 10 puntos esenciales, un decálogo de actuaciones que debes emprender si quieres perdurar con garantías en esta profesión.

Pilar número 1 “el marketing”

1. Identifícate. Este es el primer mandamiento, saber qué eres, y sobre todo qué no eres. La base para aprender a decir no. La base de la autoridad. Qué tipo de Despacho quieres ser, cuál es tu especialidad, cuál es la misión y visión de tu servicio.

2. Diferénciate. Estudia tu competencia, pero la verdad, no la que sale en la tele y está años luz de ti. Estudia el que es igual que tú; estudia todo lo que hace. Y desde ese estudio busca tu diferencia.

3. Hazte conocer. Esto supone que debes tener una marca personal, tu despacho, a tus espaldas, tú, delante. Intervén en redes sociales, divulga tu trabajo, explícales quién eres. Marketing en estado puro.

Pilar número 2 “la gestión”

4. Ten control de tu despacho. Tienes que saber lo que te cuesta vivir, lo que cuesta tu despacho y, de forma detallada tus ingresos. Debes ser un financiero/a que sabe al dedillo lo que gasta y lo que gana.

5. Aprende a fijar tu precio. Nuestro único activo es el tiempo. Nuestro fin no es el volumen de facturación, es la rentabilidad. Y cada hora de trabajo debe ir aparejada a una facturación, en la que se tenga en cuenta tu precio; tu precio de acuerdo a tus circunstancias.

6. Las cinco reglas. Antes de empezar a trabajar hay que presupuestar. Una vez aceptado el presupuesto, hay que formalizar un contrato con el cliente. Una vez firmado este contrato, hay que emitir una factura. Y solo cuando haya sido pagada esta factura, podrás comenzar a trabajar en el caso. Nunca antes.

Raúl Herrera

Abogado y creador de “Litigas o Enriqueces”



El pilar número 3 “la abogacía”

7. Especialízate. Al principio es bueno saber de todo, pero es un estado temporal. Al tiempo deberás centrarte en unas tareas en concreto, especializarte. Pero ten en cuenta una cosa; la especialización no se elige, te elige ella a ti.

8. Colabora. Deriva aquellos casos que escapen de tu negocio. Para ello busca alianzas con gente como tú, que te traiga casos que no sean de su modelo de negocio. Win / win.

9. Fórmate. Tienes que estar actualizado día tras día, formándote en tu especialidad, reciclandote en lo que necesites.

El pilar número 4 “la salud”

10. Cuida tu salud. No dejes que la abogacía te atropelle, pon en el centro de todo tu salud; la salud mental y la salud física. Busca tácticas y técnicas para controlar el estrés y la ansiedad.

Si sigues al dedillo estos 10 principios esenciales te garantizo que tu experiencia en el emprendimiento será completamente satisfactoria y te permitirá tener un nivel de vida de máxima calidad.

Oscar Fernández León

Abogado en ejercicio, socio director de León Olarte Abogados. Decano del Ilustre Colegio de Abogados de Sevilla



La parcialidad del abogado y sus límites

A la hora de preparar la defensa de un asunto el abogado desarrolla su actividad en el marco del proceso judicial, que no es más que una contienda entre las partes cuyo objetivo es ganar o, en su caso, aminorar los efectos de la derrota. Desde esa perspectiva, el proceso ha sido denominado “verdadera batalla” en la que los contendientes se enfrentan a cuestiones interpretables y discutibles, en la que se trata de convencer al Juez de tener la razón. Es precisamente en este contexto donde el abogado se ve compelido a intervenir con parcialidad, puesto que la contradicción inherente al proceso le obliga a posicionarse alejado de la idea de imparcialidad en la defensa de los intereses de una parte frente a la otra.

Desgraciadamente, en ocasiones se ha asociado la parcialidad del abogado con el uso de la mentira cuando defiende a sus clientes, extremo absolutamente erróneo.

Efectivamente, hemos de partir del principio de que el abogado viene obligado a conocer con la máxima objetividad todos los hechos que conforman el asunto encomendado, tanto los que favorezcan como los que perjudiquen su defensa. En el examen de tales hechos, deberá mantener una posición de absoluta ecuanimidad e imparcialidad y transmitir al cliente la realidad de su opinión conforme a su leal saber y entender. Una vez aceptada la defensa del cliente, el abogado entra en la dinámica de parcialidad ya referida que nos impone la contienda procesal.

Esta parcialidad del abogado no puede equipararse con engaño, embuste o mentira. De hecho, el abogado no debe mentir a la hora de exponer a un Tribunal de Justicia los hechos objeto del debate, y el que lo haga manifiesta un comportamiento poco profesional. En este sentido, Ángel Osorio y Gallardo señala “Nunca ni por nada es lícito faltar a la verdad en la narración de los hechos. Letrado que hace tal, contando con la impunidad de su función, tiene gran similitud con un estafador.”

Ahora bien, respetando dicha obligación, el abogado debe de jugar sus cartas sirviéndose de los derechos y garantías que establece el ordenamiento jurídico y empleando su habilidad para exponer sus planteamientos defensivos sobre la base de la ley, la doctrina y la jurisprudencia, y con el auxilio de la dialéctica y la oratoria, armas que le servirán para plantear una adecuada estratagema argumental que le permita debilitar los argumentos del contrario y convencer al Juez de nuestra razón. En este curso de acción no hay lugar para las mentiras; el abogado, en defensa de su cliente, y lo afirmamos sin rodeos, no tiene por qué mostrar al Tribunal todos los hechos que conoce sobre el asunto encomendado, sino que empleará todos aquellos que sean apropiados para su defensa, siendo precisamente la contradicción del proceso, la que mostrará al Juez todos los hechos que cada parte ha considerado como constitutivos de su pretensión. Obligar a las partes a decir todo lo que conocen sobre el asunto, no solo desnaturalizaría el proceso, sino que colocaría a los abogados en la patética posición de contribuir con su intervención al éxito del contrario.

A todo lo anterior se suma la versatilidad del derecho, y que supone un factor de dificultad para alcanzar un planteamiento que sostenga “la verdad”. Ya Ángel Osorio y Gallardo, nos indicaba en El Alma de la Toga que “Respecto a las tesis jurídicas no caben las tergiversaciones, pero sí las innovaciones y las audacias. Cuando haya, en relación a la causa que se defiende, argumentos que induzcan a la vacilación, estimo que deben aducirse lealmente; primero, porque contribuyen a la total comprensión del problema, y después, porque el Letrado que noblemente expone lo dudoso y lo adverso multiplica su autoridad para ser creído en lo favorable”

Consejos para crecer en Redes Sociales. Por Lawtips, el Abogado con más seguidores de España

Respecto a los comienzos. Empecé en TikTok en 2020 en febrero y lo hice simplemente porque quería romper la barrera mental de exponerme a hablar en redes sociales sobre algo que yo creía que iba a importar a todo el mundo, que es el derecho, que son las reglas del juego al que todos jugamos.

Sabía que hacer pequeñas píldoras en las que informara sobre algo que nos afecta a todos iba funcionar, porque no había nadie que lo estuviera haciendo en una red social como era TikTok o Instagram, de contenido vertical. Solo había videos muy largos y bastante aburridos en ese momento. Tenía claro que en el medio plazo podía funcionar, pero en realidad ni siquiera pensaba en monetizar. Lentamente iba creciendo en seguidores. No gané nada durante los primeros cinco meses y al sexto me contactó una agencia de representación y empecé a colaborar con marcas. En unos meses, las marcas me empezaron a pagar bastante y ahí fue cuando pude dedicarme plenamente a crear contenido, lo que luego derivaría en montar mi negocio de despacho de abogados.

Mentalidad

Lo bueno de las redes sociales es que me han hecho madurar muchísimo en poco tiempo, si a una persona normal le insultan 5, 6 o 7 veces en todo el año, a mí me insultarán todos los días 100 veces.

La mentalidad que me ha hecho avanzar es ser estoico y resiliente. Entender rápidamente que este era un trabajo de medio largo plazo, que tenía que ir pivotando hacia temas que me gustaran. Si no te gusta aprender, mejorar como persona y aprender a soportar las críticas y los malos resultados (ya que va a haber días en los que vas a tener pocas visitas) esto no es para ti.

No te centres en el resultado. Disfruta del proceso

Lo que me ha hecho diferente es que no me he centrado en el resultado, sino que me he centrado en el proceso. Me encanta hacer vídeos, quizás es algo que viene de serie, no sé.

Yo veo una noticia o un tema interesante sobre derecho y me apetece compartirlo, porque sé que puede ayudar a la gente, porque sé que yo también puedo aprender cuando lo busco o profundizo y luego lo comparto. Me gusta y eso me ha facilitado todo

Conozco a otra gente que cuando se tiene que poner a grabar videos le da pereza o lo deja para otro día, a mí es que me apetece realmente. Si eliges temas que no te gustan o no te gusta grabar vídeos o el proceso que utilizas entonces difícilmente podrás dedicarte a esto.

Consejos para un abogado autónomo que quiere crecer en Redes Sociales

Cada vez hay más gente creando contenido en redes sociales, entonces empieza a complicarse la cosa, pero sigue sin haber muchos abogados. Los consejos que yo les daría:

Andrés Millán

Abogado. Fundador y socio de Distrito Legal.
Divulgador jurídico en redes sociales a través de la cuenta Lawtips



Consejos para crecer en Redes Sociales. Por Lawtips, el Abogado con más seguidores de España

Andrés Millán

1. Tienes que ser original y diferenciarte del resto.

3. En LinkedIn creo que ahora mismo hay una gran ventana de oportunidad para los abogados. Le daría bastante caña.

2. No tienes que sumarte a todas las tendencias tonterías y bailes que veas, sino que tienes que hacerlo a tu manera, pero adaptado en cierta medida a la red social. Si TikTok es una red de vídeos pues no vas a subir fotos si funcionan mejor los vídeos.

4. Cuanto más sepas del tema del que hablas más valor puedes aportar y por tanto más seguidores y más clientes potenciales puedes tener.

5. Hay que aprender a sintetizar bien ideas, veo muchos abogados que controlan de derecho igual que pasa con profesores catedráticos y grandes conocedores de sus campos, pero no son capaces de sintetizar ideas y se enrollan infinito para comentar un tema. Para redes sociales hace falta un ejercicio de síntesis, comunicación y claridad. Puedes ser serio, pero tienes que intentar decir las cosas de forma que sea interesante para la gran mayoría de la gente. Que no sea un tostón.

Montar un despacho desde Redes Sociales

Al contrario de antes que tu montabas un negocio, hacías toda la inversión inicial, alquilabas un despacho físico y buscabas clientes. Ahora puedes crear una comunidad llena de potenciales clientes gracias a las redes sociales e iniciar tu despacho online.

A un abogado que se inicia le recomendaría que se apalanque mucho en las redes sociales y en todo lo online para ver si interesa el proyecto y producto o servicio que va a ofrecer. Por ejemplo, si quieres ser un abogado y dedicarte a Inteligencia Artificial, empieza escribiendo sobre IA en LinkedIn, Instagram, monta un blog, atiende primero únicamente online. Y si ves que efectivamente hay interés, estudia lo que te transmite tu demanda y tus clientes y puedes ir canalizando tus servicios hacia lo que resulte más rentable.

Comprueba primero que tu hipótesis funciona antes de montar un despacho y asumir costes, y que luego descubras que a nadie le interesa el tema o demanda esos servicios.

Escarlata Gutiérrez

Fiscal y divulgadora jurídica



Presencia en redes sociales: construyendo en lugar de destruir

Mi aportación a esta guía se va a centrar en la faceta del prestigio o reputación profesional en el ámbito de las Redes Sociales (RRSS). Es imposible escribir en pocas líneas una estrategia de comunicación en RRSS. Esta estrategia, además, debe adaptarse a cada profesional. Pero sí quiero dar unas ideas o consejos generales sobre la presencia en RRSS. Aunque estos consejos podrían aplicarse a cualquier red social, se refieren fundamentalmente a X (Twitter).

1. Educación y respeto

Esto parece algo sencillo y obvio, pero ponerlo en práctica es una de las cuestiones más complejas en Redes Sociales, máxime cuando puedes interactuar con usuarios que no tienen esa educación. Pocas cuentas consiguen mantener esas reglas de educación y cortesía en todos los casos y sin duda éstas son las que marcan la diferencia. Este respeto debe guardarse con todos los usuarios. Pero ¿qué hacemos con los que nos faltan al respeto? Por mi experiencia, lo más efectivo es no responder y silenciar a ese usuario. Salvo casos muy graves, no soy partidaria de bloquear usuarios. Además, es importante tener un perfil constructivo, si no vas a aportar sobre un tema de manera respetuosa, aunque sea desde una perspectiva crítica, mejor no decir nada.

2. No es necesario opinar de todas las cuestiones

Una vez que entramos en la dinámica de la red social, cuando una cuestión adquiere relevancia o es polémica sentimos la necesidad de opinar sobre la misma, aunque no seamos expertos en esa materia. En mi opinión, si tenemos un perfil profesional, nos desacreditamos con este tipo de publicaciones. No tenemos que saber ni que opinar de todo.

3. Aportar contenido interesante, duradero y de calidad

El contenido que más éxito tiene en RRSS es el duradero, y sin duda éste es el que ayuda a construir nuestro prestigio profesional. Según el estudio sobre Redes Sociales publicado por IAB Spain en 2023, casi 6 de cada 10 usuarios (56%) prefieren el contenido duradero frente al contenido efímero (44%).

Para aportar contenido de calidad en RRSS es necesario el estudio y la actualización constante. Es decir, lo mismo que se requiere para el ejercicio de la profesión.

Este punto es esencial para un abogado autónomo porque redonda en la acreditación de su especialización y conocimientos, frente a posibles clientes y frente a otros compañeros.

A la hora de elegir los temas sobre los que publicar, generan más interés los que son más novedosos y los que pueden tener una mayor aplicación práctica. En particular, los que se refieren a las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) tienen muy buena acogida en RRSS.

4. Guarda tu ego

En muchas ocasiones vemos en Redes Sociales perfiles con mucho ego. Suelen ir relacionados con el número de seguidores, pero no siempre es así. Además de ser un estilo que personalmente me repele, no me parece que esto contribuya a tu marca personal, puesto que al pensar que se sabe de todo, se acaba opinando de cuestiones que no se dominan, y se publican cosas incorrectas que van en detrimento del prestigio profesional. Es necesario tener seguridad para saber lo que valemos, pero también humildad para no olvidar nunca todo lo que nos falta por aprender.

Por último, sé siempre auténtico, no tenemos que mostrar todo lo que somos, sabemos o hacemos en redes sociales, pero que en lo mostremos seamos nosotros de verdad.

Consejos que hubiera agradecido en mis comienzos profesionales

Trataré de condensar en las siguientes líneas varios aspectos del desarrollo profesional que se basan en mis 30 años de ejercicio en despachos de diverso tamaño.

Un abogado del siglo XXI necesita tener una estrategia, que pasa por saber a qué se dedica uno, pero, sobre todo, a qué no dedicarse. Tener una estrategia pasa por saber decir que no a determinado tipo de asuntos, a esos asuntos en los que no eres especialista. Tener una estrategia es saber si eres un abogado de clientes (recurrentes, fidelizados) o de asuntos, que se agotan con su ejecución. Es verdad que la vida profesional, los clientes, te acaban especializando, pero siempre tendrás más posibilidades de éxito si pones de tu parte.

El reverso de la especialización es la colaboración. Cuenta con otros compañeros y compañeras que se dediquen a otras áreas y comparte clientes con ellos, porque también actuarán de prescriptores de tus servicios para otros clientes que no sean de su especialidad.

Tienes que trabajar una identidad, una marca personal, y cultivar tu faceta más comercial. Un profesional liberal, un autónomo, tiene que saber vender. Vivimos en un mundo muy competitivo y tienes que ganarte la confianza del mercado, y saber diferenciarte. Puedes hacer una web, pero pon cuidado en el público al que te diriges, tendemos a usar un lenguaje jurídico complejo, que no entienden nuestros posibles clientes. Aprovecha las redes sociales que se ajusten a tu perfil, no fuerces si tus contenidos no son aptos para TikTok o Instagram, pero piensa que al menos en LinkedIn sí que deberías estar, y que deberías ser fácilmente localizable en cualquier buscador. No te pues permitir que quien quiera encontrarte no lo consiga. Crear una ficha en Google es sencillo, y gratis.

No tengas miedo a hablar de dinero con tus contactos y clientes. Vives de lo que cazas y no ganas nada aplazando afrontar la cuestión económica por inseguridad o vergüenza. No te pongas excusas, tu cliente tiene derecho a saber lo que le cuesta tu trabajo y tú a tener una expectativa razonable de ingresos. Elabora hojas de encargo o propuestas de honorarios, contempla escenarios y cambio de circunstancias, horquillas de precios..., pero no lo evites. Los criterios de honorarios valen para tasar costas, pero no sirven para eso, la fijación de honorarios con el cliente es libre y las fórmulas de facturación son variadas: cerrada, por horas, a éxito, o con todas las combinaciones entre ellas que se te puedan ocurrir.

Apóyate en la abogacía institucional: tu Colegio, los consejos autonómicos y el Consejo General ponen a tu disposición herramientas, recursos y cursos de enorme valor, por precios muy económicos o incluso gratis. Colabora con las agrupaciones, comisiones y secciones colegiales, consulta sus recursos online, su biblioteca, sus bases de datos y aprovecha sus sesiones de formación, su actuación como central de compras. Y participa solicitando aquellos servicios y prestaciones que te puedan ser de utilidad.

Alfredo Sánchez-Rubio

Socio en Brexia Legal



Consejos que hubiera agradecido en mis comienzos profesionales

Alfredo Sánchez-Rubio

Fórmate, pero no solo en derecho. Aprende idiomas, cultiva tus habilidades blandas (comunicación, empatía, trabajo en equipo...). **Emplea la tecnología**, y no me refiero a complejas herramientas de legaltech. Piensa que un montón de tareas repetitivas y de escaso valor añadido se solucionan con herramientas y aplicaciones de las que usamos diariamente: no transcribas textos, tienes inteligencias artificiales que lo hacen automáticamente, igual que comparar con versiones de documentos, traducir o detectar los errores de una hoja de cálculo, por poner algunos ejemplos.

En el caso de que necesites crecer y contar con otros profesionales, piensa si pueden sentir mejor los colores **trabajando bajo una marca** que no sea necesariamente tu nombre y apellidos. Creo que el poder de la marca como atractor de talento y fórmula óptima de colaboración entre abogados.

Cada uno de los apartados propuestos daría para un tratado monográfico, solo he tratado de dar unas pinceladas de varios aspectos que creo que pueden ser útiles en el despegue en nuestra profesión, y te pueden ahorrar mucho tiempo y algunos sinsabores. Consejos aprendidos tras años de experiencia y que hubiera agradecido en mis comienzos profesionales.

¿Quieres mejorar tu productividad? Entrena tu mente

Uno de los temas que suelo tratar más en mis sesiones de coaching es la productividad del abogado y del despacho, especialmente en las personas que tienen despacho propio y, sobre todo, con la llegada de la inteligencia artificial.

La principal ventaja de contar con un despacho propio es la libertad de horarios. No obstante, esa libertad puede jugarnos en contra si nos vemos inmersos en dedicar demasiadas horas al despacho, especialmente en los inicios, aunque también es un tema recurrente en despachos más consolidados.

Mejorar la productividad no es únicamente un decálogo de buenas intenciones o una cuestión de hábitos. En la productividad incide un elemento clave y complejo: nuestra mente. Si estamos recibiendo mensajes de nuestra mente para no ser personas productivas, aprender nuevos hábitos no será suficiente, sino que será necesario transformarla.

Por tanto, ¿Cómo podemos transformar nuestra mente para convertirnos en personas más productivas?:

- **Reconocer cuáles los pensamientos sabotadores de mi productividad**

El autoconocimiento es clave en el entrenamiento de la mente, además de identificar los pensamientos que están impidiendo el aprovechamiento de las horas trabajadas y ser lo más honesto posible con uno mismo.

Algunos ejemplos de preguntas que podrían ayudarnos a identificar esos pensamientos son: ¿Qué pienso sobre mis capacidades como abogado? ¿Qué pienso sobre los clientes? ¿Qué pienso sobre mi trabajo? ¿Cómo me veo como abogado?

- **Lidiar con el perfeccionismo y cambiar su tendencia**

En ocasiones, nuestra mente nos lleva a desear la perfección y, en consecuencia, dedicarle excesivas horas a un asunto que no generará rentabilidad.

¿Y si aceptara que por muchas horas que le dedique a un asunto no estará perfecto? ¿Y si marcara un máximo de horas dedicadas por cada asunto? ¿Y si reconociera que para tener éxito en la abogacía no es necesario ser un abogado perfecto?

- **Identificar mis escapes y ladrones de tiempo**

Si no estamos siendo personas productivas es porque estamos dedicando tiempo a actividades que, o bien que no forman parte de nuestro trabajo, o bien son actividades no facturables. ¿Cuáles son esas actividades? ¿Cuánto tiempo pierdo en redes sociales o en internet? ¿Cuánto tiempo he dedicado a esa reunión interminable con el cliente? ¿Para qué le he dedicado tantas horas a esa reunión? ¿De qué me estoy evadiendo cuando pierdo el tiempo en redes sociales?

- **Nombrar las emociones que entran en juego**

Siempre hay una buena razón en nuestra mente para impedir la productividad, y esa buena razón suele ser alguna emoción: el miedo, la frustración, etc., ¿Y si todo lo anterior lo hago porque tengo miedo a afrontar un caso o un cliente difícil o no me siento preparado para ello?

Si logramos entrenar nuestra mente y reconocer nuestras emociones daremos un gran paso para mejorar nuestra productividad, aumentar nuestro bienestar en el trabajo y disponer de más tiempo libre para conciliar nuestra vida profesional y nuestra vida personal.

Berta Santos

Coach jurídico y formadora especializada en habilidades soft para el sector legal



Consejos para abogados autónomos que se inician

La importancia de establecer una sólida base para una carrera exitosa como abogado autónomo radica en la capacidad de destacar en un mercado competitivo y en la construcción de relaciones sólidas que impulsen el crecimiento profesional. Aspectos clave como la marca personal, el posicionamiento y las relaciones institucionales juegan un papel fundamental en este proceso.

Marca personal

Desarrollar una marca personal sólida es crucial para que los abogados autónomos puedan destacar de la competencia.

- 1. Autoevaluación y definición de objetivos:** reflexiona sobre tus valores, fortalezas, áreas de especialización y principios éticos para poder establecer tus metas profesionales a corto y largo plazo.
- 2. Propuesta de Valor:** desarrolla una propuesta de valor que comunique de manera clara y atractiva lo que ofreces a tus clientes. Es decir, es importante que tus clientes tengan conocimiento de tu especialización y experiencia.
- 3. Segmentación del mercado:** identifica tu público objetivo y analiza sus necesidades para adaptar tus servicios de manera efectiva.
- 4. Presencia digital:** crea un sitio web profesional que refleje tu marca personal, incluyendo información sobre tus servicios, logros y testimonios de clientes. Utiliza las redes sociales de manera estratégica para promover tu marca personal y compartir contenido relevante sobre temas legales.
- 5. Networking y colaboraciones:** participa en eventos del sector legal, conferencias y actividades de networking para establecer relaciones con compañeros y potenciales clientes y así poder colaborar con otros profesionales del derecho que complementen tu área de especialización.
- 6. Evolución continua:** estar abierto a recibir retroalimentación y ajustar tu estrategia según las necesidades del mercado y el feedback recibido.

Posicionamiento

- 1. Identifica tus áreas de especialización** y diferénciate de la competencia resaltando tus fortalezas.
- 2. Utiliza estrategias de SEO** (Search Engine Optimization) para que tu sitio web sea fácilmente encontrado por clientes potenciales que buscan servicios legales en línea.
- 3. Utiliza las redes sociales** para interactuar con clientes potenciales, compartir actualizaciones sobre el derecho y demostrar tu experiencia en tu área de especialización.

Alberto Cabello Masegosa

Presidente de la Confederación Española de la Abogacía Joven y de la Agrupación de la Joven Abogacía del Ilustre Colegio de la Abogacía de Madrid (AJA-Madrid) y Consejero del Consejo General de la Abogacía Española (CGAE)



Consejos para abogados autónomos que se inician

Alberto Cabello Masegosa

Relaciones institucionales

4. Construir y mantener relaciones profesionales sólidas con compañeros y con el ámbito de nuestro sector es fundamental, la mejor forma de conseguirlo es participando en eventos del sector, conferencias y asociaciones profesionales para así ampliar la red de contactos.

5. La importancia de **actuar con integridad, ética y profesionalidad** en todas las interacciones con instituciones, así como mantener una comunicación clara y transparente en todas las relaciones profesionales, es fundamental para conseguir la confianza, la cual es vital en cualquier relación profesional, y para obtenerla, es crucial demostrar un compromiso constante.

6. Estar actualizado sobre cambios legislativos, regulaciones y decisiones judiciales relevantes que puedan impactar en la práctica legal y las instituciones con las que interactuamos. La mejor forma para estar actualizado es participar de forma continua en cursos y seminarios, unirse a asociaciones profesionales o colegios de abogados que ofrezcan oportunidades de aprendizaje, contar con el apoyo de mentores o compañeros con experiencia para que puedan orientarte, asistir a eventos relacionados con el derecho y aprovechar todos los recursos que se pueden encontrar en internet. De esta manera, podrás desarrollar una base sólida de conocimientos actualizados que te permitirán ofrecer un servicio competente y adaptado a las necesidades cambiantes de los clientes.

Para concluir, lo más importante es sacarle partido a tus conocimientos y habilidades, esto es la clave para hacerse destacar. Una excelente manera de hacerlo es compartiendo tu experiencia y conocimiento con otros. Por ejemplo, puedes considerar ofrecer ponencias en conferencias especializadas, escribir artículos para publicaciones jurídicas, participar como docente en programas de formación continua. Al hacerlo, no solo reforzaras tu reputación profesional, sino que también estarás aportando al crecimiento y enriquecimiento de nuestro sector.

Digitalízate y usa la IA: claves para montar un Despacho Innovador

En una época donde la digitalización ha permeado todos los aspectos de nuestra vida, la abogacía no puede quedarse atrás. La capacidad de adaptarse y adoptar competencias digitales, particularmente en inteligencia artificial (IA), se ha convertido en un requisito indispensable para cualquier abogado que aspire a liderar un despacho legal exitoso y resiliente.

•Competencias digitales: una necesidad imperante

La gestión de un despacho moderno exige más que el conocimiento jurídico tradicional; requiere de habilidades digitales que permitan optimizar procesos, desde la gestión de clientes hasta la automatización de tareas administrativas. Herramientas como gestores de documentos en la nube, software de gestión de casos y plataformas de comunicación son solo el inicio.

•Inteligencia Artificial en la práctica legal

La IA, con su capacidad para analizar grandes volúmenes de datos, ofrece oportunidades sin precedentes en el ámbito legal. Desde la predicción de resultados de litigios hasta la automatización de la redacción de documentos, su implementación puede significar una ventaja competitiva notable.

•Consejos prácticos

Para integrar estas tecnologías, empieza por familiarizarte con herramientas de gestión basadas en la nube, así como plataformas de IA específicas para el sector legal. La formación continua, a través de cursos en línea y webinars, es fundamental.

Recuerda: tu trabajo no te lo va a quitar una IA, sino un abogado que maneje la IA mejor que tú. Y es que o cambias o te cambian; o eres distinto o eres barato; o eres distinto o eres sustituible.

¡Diferénciate de los demás formándote en competencias digitales y dominando la IA!

Antonio Serrano Acitores

Abogado. Profesor Titular de Derecho Mercantil en la URJC. Empresario



Nielson Sánchez Stewart

Abogado. Doctor en Derecho. Consejero
del Consejo General de la Abogacía
Española



En esta línea, otro jurista, español y administrativista manifestaba con humor que, hoy por hoy, el conocimiento universal de la ley, más que una presunción es un sarcasmo.

Especialización y asociación. Dos consejos para el que comienza su andadura

Cuando el destacado jurista uruguayo Couture sintetizó en un decálogo los consejos que todo profesional de la abogacía debía asumir para garantizarse una carrera ejemplar y exitosa no pudo prever los cambios que experimentaría la Abogacía en los años venideros. Estudia, el primer mandamiento del maestro, justificaba este imperativo a continuación: "el derecho se transforma constantemente. Si no estudias serás cada día menos abogado." Verdad fácilmente demostrable, la historia del derecho es asignatura obligatoria en todas las facultades, pero el ritmo no ha sido siempre el mismo.

En los años cincuenta del siglo pasado, cuando se ponían por escrito esas sabias palabras, se podía ejercer con una biblioteca que no se alzaba más de cincuenta centímetros. Las leyes que se aprobaban en un año se recopilaban por Aranzadi en no más de un tomo de trescientas páginas. Otro tanto sucedía con las sentencias del Tribunal Supremo que se publicaban en otro tomo de parecidas dimensiones. Cuando esa monumental obra, que hoy sigue decorando los despachos antiguos y se regala para revestir las paredes debidamente recortadas para no ocupar demasiado espacio, se abandonó en formato papel, la producción anual de legislación y jurisprudencia llenaban tres o cuatro tomos de miles de páginas.

Frente a este maremágnum que nos asalta cada día, desde el BOE hasta el CENDOJ dejando aparte las publicaciones jurídicas a las cuales no tenemos más remedio que suscribirnos, cabe preguntarse qué hacer. ¿Abandonar la profesión? ¿Confiarse a Google? **¿Echarse en los brazos de la inteligencia artificial y de Chat GPT 4.0, que dicen que elabora unos contratos fantásticos?**

Si para algo sirve una experiencia de más de medio siglo de vivir de la profesión, aconsejaría no desesperar y después de lograr una formación jurídica lo más sólida posible con lectura de los clásicos, abordar sin temor una de las orientaciones que aún no terminamos de digerir: la especialización. Mientras en otras actividades es el pan nuestro de cada día, entre nosotros parece una meta imposible o, por lo menos, muy difícil. **Me horroriza o me asombra, no sé, leer placas, tarjetas y otros medios de publicidad donde se anuncia un compañero experto, según dice, en derecho civil, penal, social, administrativo. Un Cicerón, vamos.**

Me diréis que en el ámbito que se mueve quien recién se asoma, no puede rechazarse ningún asunto so pena de la pauperización. Para eso hay también un remedio: la asociación con otro u otros profesionales interesados en otra rama del derecho para así formar un equipo multidisciplinar. Y asociarse bien, desterrando el mantra de que cuando te asocias trabajas menos y ganas más. No, trabajas igual, pero en lo que te gusta. Y si ganas más no es porque estés asociado sino porque lo haces mejor. Asíate bien, sí, con quien conozcas, con quien hayas compartido experiencias, que sea de tu misma forma de ser, en lo esencial, que tenga las mismas ganas de triunfar y elija los medios más adecuados para ello. Asíate, antes que la evolución vital te separe del socio ideal y nunca se te ocurra adquirir un local para poner tu despacho. Esa compra te transformará en un inmóvil: – por eso se llama inmuebles no sólo porque no se pueden mover sino porque tampoco te lo permiten a ti. Y nunca dejes de ser honesto contigo mismo y con los demás.

Eugenia Navarro

Socia de Legal Operations Institute Studies
(LOIS)



El desarrollo de negocio la pieza clave en el crecimiento profesional

Los jóvenes abogados se enfrentan a algo que a veces se pasa por alto en su formación: el desarrollo de negocio. Ser excelentes técnicos no garantiza el éxito de una carrera como abogado, se necesita saber ser comercial, algo para lo que los jóvenes abogados no siempre están entrenados.

La profesión de abogado en un entorno tan competitivo como el actual requiere complementar la formación con nuevas disciplinas y habilidades más allá del abogado tradicional. “La venta” requiere de disciplina y del uso y conocimiento de herramientas de marketing tanto en el entorno offline como online. El marketing jurídico es una adaptación de herramientas de gestión al sector legal y su especificidad, pero sin lugar a dudas el primer punto es una reflexión estratégica sobre qué es lo que quiere hacer en función de su observación profunda de lo que ocurre en el mercado. Aquí van algunos consejos

1. Especialización y nicho de mercado: Haz una reflexión estratégica, investiga el entorno y el mercado. Es importante que el abogado identifique un área de especialización o un nicho de mercado en el que pueda destacarse. Esto puede ser crucial para diferenciarse de la competencia y establecer una reputación sólida en un área específica del derecho, el mercado está lleno de nuevas oportunidades con nuevas áreas del derecho derivadas de la tecnología o nuevos sectores (derecho para influencers, e- sports, blockchain, streamers, etc.) Competir en áreas tradicionales, puede ser más difícil.

2. Red de contactos y networking: El networking es fundamental en la profesión legal. El abogado joven debería dedicar tiempo a establecer y cultivar relaciones con otros profesionales del derecho, clientes potenciales, colegas y miembros de la comunidad legal. Esto puede hacerse a través de eventos de networking, asociaciones profesionales, redes sociales y colaboraciones con otros abogados, o profesiones. Los clientes no se encuentran estando todo el día sentado en un escritorio. Hay que salir y darse a conocer. Este es un error típico de los abogados: no incorporan el networking como parte de la profesión y piensan que la calidad técnica de sus escritos será el único reclamo para los clientes.

3. Presencia digital: En la era actual es importante tener una sólida presencia en el entorno online. Por supuesto una buena web que ayude a posicionarte en los buscadores por los criterios adecuados, es decir, aquellos en los que quieras diferenciarte. Por supuesto, es importante tener perfiles activos en redes sociales profesionales especialmente en LinkedIn, donde se pueda compartir contenido de valor y conectarse con clientes potenciales. Especial hincapié en lo que significa contenido de valor y no en el autobombo, puedes crearlo o compartirlo. El abogado joven necesita desarrollar una estrategia de marketing digital efectiva para promocionar sus servicios legales. Esto puede incluir la creación de materiales de marketing dinámicos como videos, presencia en redes como Instagram o, por qué no, en Tiktok todo depende de dónde esté y cómo sea el público objetivo definido en la estrategia.

4. Utiliza el entorno digital para ampliar el alcance de tus servicios. El mundo online permite modelos muy dinámicos de prestación de servicios, así como una menor inversión en oficinas físicas.

El desarrollo de negocio la pieza clave en el crecimiento profesional

Eugenia Navarro

5. Innovar como clave del éxito. No copies modelos tradicionales, intenta ser diferente, hacer cosas diferentes, piensa en nuevas soluciones para cosas concretas, el mercado está en plena transformación y lleno de oportunidades. Puedes innovar en el producto, en el servicio, en el modelo de facturación, en cómo te presentas, etc.

7. Comunica lo que el cliente necesita, no la descripción de las áreas de práctica. No intentes trasladar la descripción de las áreas de práctica, busca lo que quiere y necesita tu cliente y en qué puedes ser diferente. No tengas miedo en comunicar cómo vas a facturar y define productos a precio fijo.

6. Colabora con otras disciplinas, sal de entorno, aprende de otros sectores, tecnólogos, economistas, diseñadores... otros abogados. Esto te ayudará a crecer como profesional y a explorar nuevas oportunidades.

8. No olvides seguir formándote y ser curioso, la formación continua y el desarrollo profesional son fundamentales para mantenerse actualizado no solo en derecho, también en Legaltech, Marketing, comunicación, operaciones legales, etc.

No puede olvidarse prestar un servicio excelente, pero no solo técnicamente si no también operativo, eso quiere decir en el formato adecuado, en el tiempo adecuado de manera eficiente y al precio adecuado. Sinceramente, creo que el sector legal es muy competitivo y exigente, con nuevos y más modelos de prestación de servicios, pero lleno de oportunidades, un entorno ideal para los emprendedores abogados.

Cuatro consejos para generar clientes desde cero

Una de las preguntas habituales que me hacen compañeros/as que quieren empezar su andadura profesional en régimen de autónomo es: ¿Cómo se consigue clientela? Este artículo tiene como finalidad abordar de manera muy básica cuatro métodos para generar una cartera de clientes desde cero:

1. Especialízate: No es cierto que el abogado que sabe de todo tiene más clientes. “Aprendiz de mucho, Maestro de nada”, reza el dicho. Es fundamental tener un conocimiento profundo de las bases de nuestro sistema jurídico (especialmente de derecho procesal civil si quieres dedicarte a la litigación en cualquiera de las jurisdicciones). Sin embargo, **la especialización y la profundidad con la que uno se especializa permitirá a tus clientes o a tus colaboradores encontrarte sin que debas ser tú quien los interpele.**

Escoge una disciplina que te guste o, **incluso dentro de una disciplina, un sector que te resulte curioso.** Explota entonces ese conocimiento crítico y diferenciador que has obtenido para diferenciarte de tus competidores y poder minutar acordemente los expedientes.

2. Teje alianzas y colaboraciones: Todavía hoy el sistema del “boca oreja” es la principal forma de promoción de los servicios jurídicos de calidad. **El cliente no busca “un” abogado. El cliente busca al profesional de la abogacía recomendado.** Al profesional fiable. Esta fiabilidad solo la transmitirás tras la **consolidación de relaciones de confianza**, sea esta con clientes que ya hayas asistido anteriormente o con personas que, habiéndote recomendado como profesional, hayan recibido un feedback positivo por el asesoramiento recibido.

Adicionalmente y en relación con lo anterior, un profesional especializado es mucho más susceptible de ser recomendado por otro despacho de la abogacía que no gestione los expedientes respecto de los que tu tengas experiencia. Por ejemplo, yo como laboralista recibo encargos derivados de despachos que sólo trabajan en la jurisdicción penal o en la contencioso-administrativa.

Es fundamental tejer esas alianzas con otras firmas profesionales y ser absolutamente leal y atento respecto de la confianza que a su vez estas firmas depositan en nosotros como socios fiables.

3. Genera una imagen personal identificable: Si quieres ser un profesional de referencia respecto de tu entorno personal y económico cercano o lejano **debes generar una respuesta inmediata en las mentes de aquellos que te conocen.** Que al punto que oigan: - “abogado/a laboralista” o “abogado/a matrimonialista”- **piensen en ti y te recomienden inmediatamente.**

Ramón Salvat

Socio del área laboral en Auris
Advocats



Para generar una imagen personal identificables **puedes utilizar las redes sociales en forma de posts, artículos opinativos, blogs, videos explicativos...** Existen mil maneras. Solo hay que ser constante, generar contenido de calidad y ser creativo.

4. Centra tu visión en la necesidad del Cliente y enfoca el servicio en su resolución:

Como profesionales del derecho no solo debemos conocer aquella normativa que aplicamos cada día. Debemos tener una visión general del sistema de tal modo que podamos identificar aquella necesidad que el Cliente no sabe que tiene. Hay expedientes que no se inician porque los Clientes no saben siquiera que tienen al alcance remedios jurídicos para sus problemas o los que les rodean. Ello nos permitirá generar la oportunidad de encontrar distintos expedientes en un solo cliente de tal modo que no multiplicamos nuestros encargos por encontrar otros clientes sino por gestionar más cuestiones respecto de uno solo.

Fernando J. Eraus Saiz

Abogado especialista en Derecho Penal.
Socio director en Estudio Jurídico Eraus &
Asociados. @miabogadopenalista en
Instagram



Al emprender nada es seguro, pero a la vez y considero que esto es lo más positivo: la libertad que tendrás será enorme, ya que te permitirá ser dueño total de tu tiempo para invertirlo de la mejor forma posible y adaptarlo a tus necesidades.

Al emprender nada es seguro, pero a la vez y considero que esto es lo más positivo: la libertad que tendrás será enorme, ya que te permitirá ser dueño total de tu tiempo para invertirlo de la mejor forma posible y adaptarlo a tus necesidades.

Soledad. Se consciente, de que la profesión de abogado es muy solitaria. Lo habitual en el sector es, despachos unipersonales o de un par de socios. Si bien, se compensa para los procesalistas, ya que su trabajo requiere de constante contacto con juzgados, procuradores y clientes.

La duda jurídica. La duda te perseguirá siempre, pues en Derecho, la respuesta correcta depende. Depende del caso y circunstancias del momento. Un ejemplo claro sería aquel abogado que debe obtener una sentencia de conformidad en un juicio rápido de alcoholemia para que su cliente se beneficie de la reducción del tercio en la pena, sin embargo, las circunstancias del caso (cliente que necesita obligatoriamente, alargar unos meses la tenencia de licencia de conducción) obligan a tomar otro camino que, no obstante, producirán, una pena mayor.

“Manejarás” el destino de muchas personas, pues tus decisiones, marcarán, parte del resultado del pleito.

A ello le unirás la **responsabilidad** que sentirás por esa carga y el **estrés** intrínseco a cualquier decisión de calado.

Cómo empezar desde 0 en la Abogacía con estos consejos personales

Al terminar la carrera, los conocimientos se circunscriben a las clases teóricas y algún juicio al que te han llevado, pero no has sentido el peso de gestionar procedimientos judiciales, con sus plazos, señalamientos, reuniones, mails, llamadas telefónicas, notificaciones en Lexnet que se acumulan y si ya decides emprender, incluye los impagos de algunos clientes, labores de marketing y administración, el socio silencioso (Hacienda) de cada trimestre... Navegas en un océano de dudas constante. Te surgen mil preguntas sobre qué camino tomar, pero no te desanimas por el miedo a fallar, precisamente gracias a esos fallos, aprenderás una gran lección: “no es tanto saber lo que quieres, sino lo que seguro no quieres para descubrir tu camino”.

A partir de ahí, te recomiendo que salvo que tengas claro que quieres acudir a la gran empresa/despacho o a una Big Four pidas prácticas en un despacho pequeño, ya que te permitirá “bajar a la arena” con el letrado y comprender como funciona el derecho de juzgados, es decir, todo aquello que no viene en el manual. Eso hice yo, emprendiendo dos años después.

Cómo empezar desde 0 en la Abogacía con estos consejos personales

Fernando J. Eraus Saiz

La incertidumbre económica, será otro compañero, pero compensada por los beneficios que obtendrás. Pues como antes te dije, la libertad que tendrás será total, permitiendo que a veces los ingresos superen el tiempo invertido, a diferencia de quien trabaja para otro, cuyos ingresos, salvo bonus, serán invariables y en muchas ocasiones, el tiempo invertido, muy superior al ingreso recibido.

Si, por supuesto, estarás sometido a clientes, juzgados, plazos, señalamientos, pero tu podrás organizar tu tiempo de la mejor forma posible y adaptándolo a tu forma de ser. ¿Eres más productivo a partir de las 10:00 h de la mañana? Podrás, por ejemplo, como hago yo, ejercitarte a primera hora de la mañana y ser eficiente con tu tiempo. ¿Necesitas desconectar un día de diario? Podrás hacerlo y compensar por ejemplo una mañana/tarde del fin de semana. Yo como padre, puedo organizar mi tiempo conforme a las necesidades de mis hijos, pero si trabajara para alguien, estaría sometido a las necesidades de un tercero que en nada tienen que ver con las mías. El tiempo es la variable más democráticamente repartida. ¿Por qué dárselo a un tercero cuyas necesidades no se alinean con las tuyas?

No obstante, te seguirás haciendo preguntas y dirás: “Vale Fernando, el emprendimiento es interesante, pero ¿qué hago al haber iniciado mi modesto despacho? No provengo de familia jurídica”. No pasa nada, yo tampoco. Empecé sin padrino jurídico. Debido a que tendrás pocos o ningún cliente, sigue los siguientes consejos:

- Potencia al máximo tus relaciones profesionales.
- Abre una cuenta profesional en RRSS e interactúa con otras personas del sector que te permitan no solo aprender sino crear sinergias y futuras colaboraciones.
- Acude a juicios para conocer no solo su desarrollo real fuera de los libros, sino cómo funcionan estos “pequeños reinos de taifas”. Cada uno tiene su forma peculiar de trabajar.
- Apúntate a la sección de abogados de Colegio y continúa formándote a través de los cursos que ofrezca el Colegio.
- Acude de vez en cuando a los juzgados. Toma café de la máquina e interactúa con el personal de la sala de enlace, con los de seguridad, preséntate a compañeros, al toguero, al personal administrativo del colegio.
- Hazte notar, que sepan quién eres y podrás contar con su ayuda y consejos a futuro y quién sabe, puede que te traigan clientes. Cuanto más amplíes tu red social, más posibilidades de recibir clientes, tendrás.

Si te sirve de algo, como ejemplo de qué hacer o incluso de qué no hacer, cuando abrí mi despacho, apenas tenía ingresos, por ello, trabajé de camarero a través de diferentes ETTs. Ello me permitió complementar ingresos y abrir de otra forma mi red social. De esos trabajos de camarero, conocí por ejemplo al notario con el que colaboro en el despacho u obtenido clientes que me han reportado ingresos superiores a los 10K. No subestimes a nada ni nadie.

En definitiva, debes estar en constante reciclaje, movimiento y contacto. Aprovechate de los fallos fijándote en qué te has equivocado, interiorízalo y guárdalo para evitar a futuro volver a errar. Por supuesto, fíjate en los fallos de los demás para no replicarlos. Pregunta, pregunta y pregunta. No tengas miedo a equivocarte. No te engañe, el camino va a ser duro, durísimo. Ya lo dijo Rocky: “nadie golpea más fuerte que la vida”, pero te prometo, que vale la pena. Este camino lo hemos iniciado (y seguimos en él) muchos compañeros. Anímate y únete, apoyándote en todo buen compañero que seguro, te encontrarás. Puedes empezar en mí, si quieres.

El despacho del futuro: estrategias para jóvenes abogados emprendedores

Desde Gericó Associates, lo más valioso que podemos aportar es la experiencia propia desde el nacimiento de la firma. La consultora fue fundada en abril de 2011 -al tiempo que se publicaba el primer post en la web, visible desde entonces- desde la biblioteca de un pequeño municipio de Barcelona, sin posibilidad de inversión económica y partiendo de la nada con un ingreso mensual de 0€. Tras estudiar el mercado americano, detectamos un nicho de mercado, y gracias a una clara visión empresarial (que se fue definiendo desde el año 2010), a las relaciones establecidas, al posicionamiento de marca y al trabajo duro durante más de 13 años, hemos logrado asentar a una firma de consultoría cuyo grupo empresarial supera los siete dígitos de facturación anual entre el holding y las distintas sedes internacionales.



Además, hemos construido un equipo de profesionales experimentados, que incluye abogados, administradores de empresas, periodistas, investigadores, ingenieros, financieros y consultores, que cuentan con una amplia experiencia en cargos relevantes en firmas y compañías como Campos Mello, Chambers and Partners, CMS, Cuatrecasas, Garrigues o Gómez Pinzón, entre otras, y logrando, además, una cartera de clientes extraordinaria tanto de firmas nacionales como internacionales.

También hemos creado iniciativas como la Gala Nacional del Derecho – Legal Marcom Awards, el lanzamiento de The Legal Podcast y otras iniciativas como el Foro Latinoamericano y el Foro de Gerencias Legales. Además, Leaders League nos reconoce como firma líder -la máxima categoría de su ranking-, siendo la primera consultora española de marketing, comunicación y desarrollo de negocio para el sector legal en recibir esta distinción.

Por lo tanto, cuando hablamos de servicios profesionales, hay aspectos que aplican tanto para firmas de consultoría como para firmas legales. Para un abogado que inicia su emprendimiento, algunas de las claves más importantes son:

1. Desarrollo personal y mentalidad. A ese abogado emprendedor le diría que lo que más impacto va a tener en un negocio que inicia es la mentalidad del fundador o fundadores primero y luego, las estrategias para el desarrollo de su firma, no al revés. Primero debe trabajar en quién es. Las acciones tácticas no serán efectivas sin un desarrollo personal de ese abogado -que aspira a lanzar y consolidar una firma sostenible en el tiempo-, en todas sus vertientes. Y por desarrollo personal nos referimos al proceso integral que abarca aspectos como el crecimiento intelectual, emocional, profesional, físico, y también el espiritual.

2. Un emprendedor ingenioso con un desarrollo personal poco trabajado puede sufrir mucho frente a las adversidades que se presenten. Lo primero es quién eres -autoconocimiento-, qué hábitos tienes y en quién te conviertes. Luego viene el qué haces y qué estrategias y tácticas sigues. En este punto, la disciplina juega un rol fundamental.

3. Propósito. El propósito de un abogado que lanza su firma (también válido para un área de práctica) no debe vincularse -únicamente- al enriquecimiento económico. Debería ir más allá, con una voluntad de servir y ayudar, demostrando que está trabajando en algo que le apasiona y en servir a algo más elevado que el interés individual.

4. Conocimientos empresariales y del mercado. Independientemente de que una firma tenga una estructura pequeña y acabe de nacer -como así sucedió con nuestra firma en sus inicios- definir unos cuadros de mando simples ayudará a sentar unas bases frente al crecimiento y desarrollo de la estrategia. De este modo, se tendrá una perspectiva amplia como empresa de prestación de servicios jurídicos, no meramente como un despacho artesanal. Hablamos de perspectivas como la financiera (con distintos KPI's o indicadores de facturación), de cliente (anticipándonos a ratios de retención y fidelización de clientes, entre otros), de marca (midiendo el impacto de la marca en su mercado), entre las más destacadas. Este enfoque, además, ayudará a que uno no se pierda únicamente en atender al cliente, sino que le otorgue una visión más amplia que es clave para el posterior crecimiento. Para que el seguimiento sea ameno, recomendamos, en los inicios, fijar pocos indicadores para que se le dé un buen seguimiento (mensual, trimestral o semestral). Por supuesto, estudiar a diario principios empresariales como estos y de marketing, darán una visión mucho más amplia que la mayoría de sus competidores.

5. Marca personal y adquirir el hábito de tomar acción. Para un abogado que esté considerando emprender, es crucial iniciar el desarrollo de su marca personal lo antes posible. Este proceso no se completa de la noche a la mañana, ya que requiere tiempo para establecer la confianza, credibilidad y definir un mensaje de calidad. Además, un factor determinante es que muchos abogados, al sobre analizar, caen en la parálisis. Es fundamental adoptar el hábito de la acción y ser una persona proactiva. Aunque las ideas brillantes son abundantes, llevarlas a cabo es lo que marca la diferencia.

6. Relaciones internacionales. Demostrar una visión a largo plazo es indicativo de ser un emprendedor inteligente. En contraposición al enfoque generalizado en el corto plazo, donde muchos buscan resultados inmediatos, cultivar relaciones de manera generosa y desinteresada suele ser una estrategia efectiva. Desarrollar la habilidad de establecer una amplia red de contactos, tanto en España como en el extranjero, es fundamental. En particular, Latinoamérica ofrece una ventaja significativa debido al idioma compartido y al interés creciente de la región en España, impulsado por el contexto macroeconómico actual.

Salud en el sector legal

Si algo me ha enseñado la vida es que “la salud es nuestro mayor talento”, y de ahí viene el nombre de mi proyecto de bienestar organizacional y personal. Llevo más de 10 años trabajando con el sector legal y por ello soy consciente de que en este vasto mundo de la justicia y el derecho, los abogados se destacan como auténticos superhéroes, enfrentando desafíos legales con valentía y determinación. Sin embargo, incluso los superhéroes necesitan apoyo y cuidado.

Imagina tu cuerpo como un instrumento invaluable. Como cualquier instrumento de gran valor, requiere cuidado, mantenimiento y atención para funcionar en su máximo potencial.

En el ámbito profesional, la salud juega un papel crucial en el rendimiento y el éxito. Los estudios muestran consistentemente que los empleados saludables son más productivos, más creativos y más enfocados en comparación con aquellos que sufren problemas de salud como la ansiedad. Tener una buena salud no solo te permite trabajar de manera más eficiente, sino que te ayuda a enfrentar desafíos con confianza y determinación.

Te doy algunos tips que considero importantes para el bienestar:

1. Prioriza el descanso: Dormir al menos 7 horas para permitir que tu cuerpo y tu mente se recuperen y se rejuvenezcan.

2. Alimentación equilibrada: El 90% de la serotonina se crea en el intestino. Si tu alimentación no favorece su absorción, será más fácil que caigas en estados de ansiedad y depresión.

3. Mantente activo: Incorpora actividad física regular en tu rutina diaria, ya sea caminar, correr, hacer ejercicio en el gimnasio, etc. El ejercicio no solo beneficia tu salud física, sino también tu bienestar mental y emocional.

4. Cultiva relaciones significativas: Mantén conexiones sociales positivas con amigos, familiares y seres queridos. El apoyo social es fundamental para el bienestar emocional y puede ayudarte a superar momentos difíciles.

5. Practica el autocuidado: Dedica tiempo a actividades que te traigan alegría y relajación, ya sea leer un libro, tomar un baño caliente, meditar o practicar hobbies creativos.

Silvia García Bravo

Consultora de bienestar organizacional.
Proyecto Salud y Talento



6. Gestiona el estrés: Encuentra las estrategias efectivas para manejar aquello que te estresa, como la respiración profunda, la práctica de mindfulness o la visualización creativa, entre otras.

7. Busca ayuda cuando la necesites: No dudes en pedir ayuda profesional si estás lidiando con problemas de salud mental o emocional. Hablar con un terapeuta o consejero puede proporcionarte el apoyo y las herramientas necesarias para superar los desafíos.

8. Practica la gratitud: Toma el tiempo para apreciar las cosas buenas de la vida y expresar gratitud por aquello que tienes. La gratitud puede ayudarte a mantener una perspectiva positiva incluso en momentos difíciles.

Delia Rodríguez

CEO y fundadora de Vestalia
Abogados de Familia



Sin padrinos, solo pasión: La Creación de Vestalia Abogados de Familia

Quiero seros sincera: mi camino como emprendedora, hasta el día de hoy, ha estado repleto de obstáculos, aprendizajes y, sobre todo, de una determinación inquebrantable por hacer un cambio en la práctica del derecho de familia.

Los primeros pasos: cada obstáculo se vence con estrategia e ilusión. Empezar no fue fácil, lo reconozco sin tapujos. Sin conexiones en el sector legal, y con escasa experiencia profesional, cada paso hacia adelante requería el doble de esfuerzo. Pero la ilusión que me invadía en mis inicios profesionales hacía que nada me detuviese, ni siquiera la falta de recursos para arrancar.

Uno de los primeros obstáculos que me encontré fue la adquisición de clientes. En un campo donde la reputación y el boca a boca son cruciales, construir una cartera de clientes desde cero fue todo un reto.

Aposté por la especialización, todo un acierto. Para superar esto, me enfoqué en la calidad del servicio y la especialización como abogada de familia, todo ello aderezado con una buena estrategia de marketing, materia que siempre me fascinó y que controlaba bastante bien

Empecé a darme a conocer entre mis colegas, participando en artículos, foros y otros proyectos colaterales que me permitieron conocer a otros abogados y a futuros clientes. Por supuesto, continué mi formación, acelerando mi aprendizaje y mi evolución como abogada a pasos agigantados.

Las redes sociales, mi mejor aliado contra la falta de recursos. También utilicé las redes sociales para crear conciencia sobre mi marca personal, especialmente con twitter (ahora X), que fue clave en mi crecimiento profesional. En muy poco tiempo, la llegada de clientes era un goteo suave, pero constante, lo que me permitió “independizarme” muy pronto, y conseguir mi propio espacio físico.

Otro desafío significativo fue el financiero. Iniciar un despacho requiere de una inversión inicial considerable, y sin el respaldo económico de socios o inversores, tuve que ser extremadamente cuidadosa con el presupuesto, creando un tipo de negocio “escalable”, es decir, de lo que ganaba, siempre destinaba una parte al crecimiento de mi marca personal y del despacho. Aprendí a ser austera y a priorizar gastos, invirtiendo en recursos que realmente añadieran valor a mis servicios, siempre pensando en el medio-largo plazo.

La gestión del tiempo también fue, y siempre será, un desafío. Como emprendedora, me encontraba haciendo malabares entre la dirección de los casos de clientes, el marketing, la administración del despacho y, por supuesto, mi vida personal. Esto último, durante mucho tiempo, estuvo un poco en stand-by, porque no me daban las horas y trabajaba incluso fines de semana.

Sin padrinos, solo pasión: La Creación de Vestalia Abogados de Familia

Delia Rodríguez

La evolución del proyecto: no pierdas la perspectiva. Poco a poco el proyecto fue creciendo, incorporándose a nuestro equipo otras personas que también aportaron su valor, su tiempo y su ilusión, hasta conformar el despacho que hoy somos, formado por 8 profesionales.

El crecimiento es una segunda fase no menos compleja que la anterior, porque entraña un nuevo diseño de tu negocio, en el que deberás analizar con sumo cuidado tu previsión de ingresos y gastos.

Aprender a delegar y a establecer límites claros entre el trabajo y la vida personal fue crucial para mi bienestar y el éxito de mi negocio, asignatura que muchas veces los abogados tenemos suspensa. Esta misma filosofía intento transmitirla a todo mi equipo, a quienes intento cuidar de la mejor forma posible.

Cinco consejos claves para emprendedores. Me gustaría compartir algunos consejos para los abogados jóvenes (y no tan jóvenes) y emprendedores que se embarcan en la aventura de iniciar su propio despacho:

1. Encuentra tu nicho: Especializarse en un área del derecho puede diferenciarte de la competencia y hacer que te conviertas en una autoridad en tu campo. En mi caso, fue el derecho de familia.

3. Haz uso de la tecnología: Herramientas como la inteligencia artificial y el marketing digital pueden optimizar tu práctica y ayudarte a alcanzar a un público más amplio con menos recursos, algo muy valorable en cualquier momento de tu negocio.

2. Construye una red sólida: Aunque comiences solo, no subestimes el poder de una buena red de contactos profesionales, y de ser siempre una buena persona. Participa en eventos, únete a asociaciones y no tengas miedo de pedir consejos o referencias.

4. Prioriza la atención al cliente: Un servicio al cliente excepcional no solo te ayudará a retener clientes, sino que también fomentará las recomendaciones y el boca a boca. No tengas prisa, más vale ir poco a poco, y hacer las cosas bien.

5. Mantén el equilibrio entre la vida laboral y personal: Es fácil dejarse consumir por el trabajo cuando estás construyendo algo desde cero, pero el agotamiento puede ser perjudicial tanto para ti como para tu negocio. Marca límites claros entre tu proyecto y tu vida personal, ¡hay tiempo para todo!

Para aquellos que están considerando emprender en el sector legal, mi mensaje es claro: el camino no será fácil, pero con perseverancia, honestidad e integridad, podemos construir algo de lo que estén orgullosas las nuevas generaciones.

Sentido común en el ejercicio de la abogacía. Consejos de un Magistrado a Abogados

Siempre que me preguntan, como juez, qué consejos podría darles a los abogados en el ejercicio de su profesión, siento que es fácil caer en la prepotencia del magistrado que alecciona a los letrados sobre cómo hacer su trabajo, cuando son muchas veces ellos los que podrían darnos buenas instrucciones a nosotros sobre cómo proceder en la tramitación procesal, en la redacción de las resoluciones, o en la dirección de las vistas. Probablemente, la Carrera Judicial mejoraría si estuviese más abierta a la crítica constructiva de los demás operadores del Derecho.

Pero bueno, como esos son los consejos que me han pedido, ahí me lanzo, desde el máximo respeto al duro trabajo de los abogados y a su papel esencial e irremplazable como garantes del Estado de Derecho.

- **Brevedad**

Parece una contradicción que un juez lo diga, pero valoramos mucho la brevedad en los escritos procesales y en las vistas. El ir al grano. En los escritos, muchas veces, para poder encontrar la argumentación aplicable al caso concreto, hay que buscar y rebuscar entre párrafos interminables de jurisprudencia, que muchas veces ni siquiera viene al caso. La redacción clara del suplico también nos facilita enormemente el trabajo: hay que ser conciso en cuanto a la petición, lo que exige evitar “solicitar conforme al cuerpo del presente escrito”, que es como no decir nada.

Por último, se agradece, por un lado, que no se haga uso abusivo de subrayados, negritas y sobre todo, mayúsculas; y, por otro, que los documentos que se adjunten estén debidamente indexados y relacionados con el núcleo de la cuestión debatida.

- **Preparación del caso**

En cuanto a las vistas, además de la brevedad, dota de agilidad el llevar bien preparado el caso. Saber qué cantidades se están pidiendo, y de dónde salen. Llevar las operaciones hechas. Tener claro qué es controvertido y qué no lo es, lo que exige haberse reunido con el letrado de la parte contraria con anterioridad para, al menos, delimitar dónde está el desacuerdo.

Son muchas las veces en las que, antes del juicio, pregunto a los letrados si ya se han reunido, y responden que no, celebramos la audiencia previa, y resulta que el hecho controvertido es una cuestión menor que podría haberse solucionado al margen de los tribunales.

Un estudio concienzudo del caso por todas las partes implicadas ahorra mucho tiempo y dinero, no solo al cliente, sino también a la Administración de Justicia (que pagamos todos).



- **Darle importancia a lo que realmente lo tiene**

Es sorprendente cómo muchos procedimientos se enquistan por centrarse los letrados en cuestiones secundarias que carecen de relevancia real sobre el fondo del asunto. Hablo de la solicitud desproporcionada de diligencias en instrucción que no son realmente útiles ni pertinentes; de pedir la suspensión de una vista por la incomparecencia de algún testigo que tiene poco que aportar; o de la presentación masiva de escritos procesales y de recursos que colapsan la oficina judicial y que solo pretenden una dilación del procedimiento que, en verdad, no favorece los intereses de su propio cliente. Hay que tener claro cuál es el interés real del cliente y circunscribirse a acometer aquellas actuaciones procesales que permiten su consecución.

- **Respeto en los escritos procesales y en la Sala**

No es necesario, para defender los intereses del cliente, faltar al respeto al juez o al letrado contrario bajo la fórmula mágica “dicho sea con todos los respetos y en estrictos términos de defensa”. En un procedimiento judicial todo se puede alegar con el decoro que le es exigible a cualquier persona respecto de aquellos profesionales que también están cumpliendo con su trabajo. Además, un lenguaje grosero, en lugar de reforzar el argumento, lo debilita.

- **Formación**

El Derecho es una disciplina inmensa que carece de límites en cuanto a su estudio, máxime cuando está en constante evolución. Es una obviedad, pero no está de más recordar que para defender correctamente los intereses del cliente el letrado debe estar al tanto de la última jurisprudencia y legislación aplicable, estudiarla, y ponerla en práctica correctamente. **Ello requiere estudio y dedicación, pero ahí es donde radica la verdadera calidad de un abogado.** En más de una vez he felicitado en Sala a un letrado por lo que había aprendido gracias a su exposición.

Porque, como he dicho, nosotros los jueces también tenemos mucho que aprender, para empezar, de los consejos que he expuesto en este breve artículo.

Susana Gisbert

Fiscal delegada de delitos de odio de
Valencia



¿Y si no hay conformidad? Pues no pasa nada. Que nadie crea que la fiscalía va a subir la pena o el juez o jueza va a poner la máxima porque no hayan llegado a un acuerdo porque eso no es así. Aunque haya rumores y leyendas urbanas al respecto.

Ahora bien, si se celebra el juicio, no hace falta que sea eterno. De nuevo el refranero es sabio y su máxima de que *"en el punto medio está la virtud"* es una buena regla para seguir. Ni está bien que los tribunales anden reduciendo el tiempo del informe o apremiando en exceso, ni que las abogadas y abogados repitan hasta la extenuación una y mis veces la misma idea o citen miles de sentencias cuando bastaría una bien buscada. De nuevo hay un refrán que viene al pelo. Lo bueno, si breve, dos veces bueno.

Y ahora voy a entrar en la parte más espinosa de las relaciones fiscalía- abogacía. Os aseguro que el principio de igualdad de partes rige exactamente igual aunque el fiscal esté ya en la sala cuando llegan los abogados. Somos suficientemente profesionales para no estar prejuzgando antes de empezar, y, como quiera que compartimos juzgado durante mucho tiempo, y vamos a celebrar ambos dos los diez o doce juicios de la mañana, lo lógico es permanecer dentro y no salir cada vez. De la misma manera que haríamos si la misma abogada tuviera dos juicios seguidos. Verdad verdadera. Y, si me guardáis el secreto, os aseguro que incluso hay jueces y fiscales que no se hablan y en ese tiempo entre juicio y juicio, no se dirigen la palabra.

Fiscalía y abogacía: vamos a llevarnos bien

Lo primero que tiene que saber quién vaya a ponerse la toga por primera vez es que fiscales y abogadas y abogados no somos enemigos. En realidad, somos compañeros que remamos en el mismo barco, junto con el resto de operadores jurídicos. En nuestra mano está hacerlo en el mismo sentido para que el barco avance, o empeñarnos en hacerlo en direcciones contrarias dejando el barco encallado. Pues bien, ese barco es la Justicia, que no es patrimonio ni de unos ni otros, sino que pertenece al pueblo, como dice la Constitución.

¿Y cómo hacemos para remar en el mismo sentido? Pues, lo primero, no pensar que la fiscalía es el enemigo a batir ni comportarse en consecuencia. Hay que combinar el trato respetuoso -respeto que ha de existir en ambos sentidos- con la cordialidad. Recordemos que el refranero es sabio y que, cuando dice eso de *"más vale un mal acuerdo que un buen juicio"* tiene más razón que un santo. Y eso es lo que está en nuestras manos, en las del fiscal que propone y el abogado o abogada que negocia y acepta. La conformidad no puede verse como un medio de ahorrarse el juicio sino como un vehículo para satisfacer, en la medida de lo posible, a todas las partes.

Pues bien, como está claro lo de la igualdad de partes, ha de quedar claro también que ambos hemos de dirigir nuestro informe al tribunal. Hacerlo de cara al fiscal, diciéndole de todo menos bonito, por más que se repita lo de que se hace *"en estrictos términos de defensa"* no solo no sirve para nada, sino que es de muy mal estilo. De nuevo traeré a pasear al refranero y recordaré que *"se matan más moscas con miel que con hiel"*.

Por último, conviene recordar que los fiscales no somos personal de un juzgado como lo es el magistrado o magistrada, el LAJ y los funcionarios. Simplemente estamos adscritos a uno o varios de ellos, entre otras funciones. De modo que ni tenemos obligación de permanecer en un juzgado en el que no tenemos ni una mesa, ni podemos hacerlo porque hay otras cosas que hacer, como juicios o vistas. Así que enfadarse y reclamar nuestra presencia cuando la ley no obliga a ello -como ocurre en las declaraciones- no lleva a ningún sitio. Ni a la nulidad de actuaciones, ni a fomentar las buenas relaciones.

Fiscalía y abogacía: vamos a llevarnos bien

Susana Gisbert

Para acabar, diré que yo soy yo y mis circunstancias, igual que el resto de la gente. Existe cierta tendencia a culpar a cualquier fiscal de toda la labor de la fiscalía, desde el Fiscal General del Estado hasta el último sustituto del escalafón. Por eso, yo respondo de mis buenas relaciones con la abogacía, pero no puedo hacerme cargo de cómo se comporten otros compañeros o compañeras. Porque en la fiscalía, como en cualquier sitio, hay de todo, como en botica. Para terminar con otro dicho popular.

Abogado, sácale partido a tu procurador

La experiencia viene demostrando que un licenciado en Derecho concluye el Grado con una idea muy imprecisa de lo que es un procurador, y no es hasta el máster de acceso único a las profesiones de abogado y procurador cuando se profundiza algo más en la definición formal y material de lo que es un procurador y qué funciones desarrolla.

Por ello el presente artículo tiene como objetivo definir al procurador como el aliado más útil que acompañará al abogado a lo largo de todo el íter judicial, esencialmente por lo siguiente:

- **Comparte con tu procurador de confianza la estrategia procesal del asunto**

El procurador, además de experto conocedor del derecho procesal tiene en su haber una herramienta de gran utilidad para que los actos procesales fluctúen hacia el resultado óptimo, que es el conocimiento de las prácticas habituales de un juzgado determinado, del denominado “usos fori” del juez del procedimiento, del criterio interpretativo del letrado de la administración de justicia o de la experiencia e inercias del funcionario que va a conocer de tu asunto, que viene a ser como “la ley no escrita” de la sede judicial donde ha recaído tu procedimiento y que conocerla en profundidad te dará ineludibles ventajas que redundarán en un mejor resultado, o cuando menos en un ahorro de tiempo en la vida del procedimiento.

- **Si ahorrar tiempo es el objetivo, encárgale a tu procurador la gestión de los actos de comunicación**

Cierto es que encarecen levemente el procedimiento a corto plazo porque son a costa del solicitante, pero el acelerón que se les imprime cuando el procurador practica en tiempo récord, gracias a su función pública, una citación, una notificación, un emplazamiento o un requerimiento, se recupera y recompensa con creces ese esfuerzo económico inicial.

- **El procurador será tu solución informática**

Presentar una demanda o un escrito en una comunidad autónoma ajena podría suponerte un problema por el desconocimiento del sistema telemático que se emplea. Confíale esa tarea a un procurador porque es un profesional que se ha especializado en el manejo de las distintas plataformas telemáticas de gestión procesal de la Administración de Justicia.

- **También puede ofrecerte una representación integral**

Un procurador puede desplegar el ejercicio de representación procesal de su poderdante en distintas instancias y partidos judiciales. Pregúntale porque, como profesional liberal, es de su libre elección ejercer en uno o varios partidos judiciales, y la inmensa mayoría de los procuradores abarcarán lo que responsablemente puedan gestionar de forma directa o con puntuales sustituciones o colaboraciones. Es obvio que el procurador es efectivo en la plaza o las plazas que conoce y que gestiona directamente. Aunque hoy día existen otras fórmulas como plataformas de procuradores que ofrecen sus servicios a muy bajo precio: a ellos les salen las cuentas porque a cambio abarcan todo el territorio nacional, pero difícilmente desplegarán una labor de representación procesal de calidad. Quizá serán más baratos de entrada, pero olvídate de una Procura ágil, efectiva y de calidad. Se cumple aquello de que muchas veces lo barato acaba saliendo caro.

Eva García Fernández

Procuradora, Decana del Colegio de Procuradores de Girona y Presidenta de la Comisión de Igualdad del Consejo General de Procuradores de España



- **Cuatro ojos ven más que dos**

El procurador trabaja hoy día con soluciones de software que te avisarán de forma anticipada, tanto de términos, para que las demandas y los escritos queden presentados en tiempo y forma, como de los señalamientos, cuidando de que se hayan cumplido las formalidades para que pueda celebrarse una vista o un lanzamiento, informándote si no de la suspensión.

- **El procurador es el profesional de tu confianza en el juzgado**

La presencia diaria del procurador en la sede judicial significa que conoce perfectamente al juez y al Letrado de la Administración de Justicia. Si el proceso se ha atascado, si necesitas una opinión puntual que trascienda la oficina judicial, encárgale a tu procurador que hable directamente con ellos. Forma parte de su cometido como colaborador con la Administración de Justicia.

Por otro lado, cuando tu cliente deba acudir a la sede judicial para un acto personalísimo, encárgale a tu procurador, su representante, que le asista, que le acompañe o le guíe por la sede judicial. Y ante ciudadanos especialmente vulnerables como víctimas de violencia machista o de género, o de personas con discapacidad, el procurador se ha formado para desplegar una batería de servicios de asistencia y acompañamiento que ahondarán en su protección y reducirán el efecto de revictimización.

- **Confíale el impulso del procedimiento, y especialmente, el impulso de la ejecución**

El procurador lleva mucho tiempo especializándose en ejecución. Suele gestionar la solicitud y el control de los embargos y de las medidas de averiguación patrimonial; gestionar los actos de la vía de apremio como las subastas de bienes muebles, previa remoción de los mismos, o inmuebles, incluyendo gestiones de anotación y de publicidad en los distintos Registros públicos.

En definitiva, el procurador es un operador jurídico especializado, además de en derecho procesal, en todo tipo de servicios jurídicos. Si le encargas todas las gestiones burocráticas y administrativas, además de las judiciales, del procedimiento o del negocio jurídico que tengas en ciernes hallarás siempre en el procurador un efectivo aliado, un profesional de tu máxima confianza.

Patricia Rosety

Redactora jefa de Tribunales en COPE.
Presidenta de ACIJUR



¿Hay algo más bonito que trabajar por la justicia? La relación entre periodistas y abogados

Respondiendo al título de este artículo puedo decir que lo más bonito, como periodista que soy, es contarla. Cuando llegué al mundo de la Justicia, de los tribunales, me parecía un mundo difícil, muy difícil. Pero le cogí el gusto y puedo decir que me encanta. Y me parece tan apasionante trabajar en ella, trabajar por los derechos de cada uno, como contarlos. La Justicia, que escribo siempre con mayúscula, intenta dar lo justo a cada uno, lo que le corresponde.

Si busco definiciones lo primero que hago es acercarme al latín, “lo justo”. Si voy a la RAE, “principio moral que lleva a determinar que todos deben vivir honestamente”. Y si voy a la Filosofía, me dice que es “la virtud que orienta a las demás virtudes humanas hacia el bien común y no hacia el individualismo, porque la Justicia implica igualdad”. Aunque hoy, día, el individualismo manda mucho en nuestra sociedad. Me gusta “lo justo”.

Siempre hemos oído que la carrera de Derecho es la que más salidas tiene. Y es verdad. Aunque llegar, y mantenerse, sobre todo, tiene su duro trabajo. A diario me encuentro con muchos abogados, con muchos casos, sobre todo mediáticos, que no son los que más afectan al ciudadano, pero son los que más visibles se hacen. Los casos anónimos son los que más pueden afectar. Hay que hablar de ellos. Conozco a abogados de grandes despachos y abogados de despachos modestos. A todos, con perspectivas distintas, les cuesta mucho llegar y mantenerse. A los modestos, en especial.

La Justicia sólo importa cuando afecta. Y nunca sabemos cuándo nos puede afectar. **Por eso es necesario que se conozcan muchos casos, que se conozca el intríngulis y que se conozca la realidad.** Hay abogados a los que, todavía, les dan miedo los periodistas, les imponen los micrófonos, los medios de comunicación. Se puede comprender. Hay otros que son mediáticos y buscan al periodista. Como en todo, en el término medio está la virtud.

Las relaciones entre abogados y periodistas se hacen con el tiempo, con educación, con respeto y con profesionalidad. Una parte se tiene que fiar de la otra. Sin utilización. Como todo en la vida. Están, estamos, en el mismo barco, aunque en posiciones distintas. Algo tan sencillo como contar lo que pasa. Ni más, ni menos. Es bueno que se visibilicen. Se trata de contar, de explicar, de analizar. La sociedad lo agradece. Quiere las cosas claras, quiere saber y entender lo que pasa y lo que puede pasar. Y tenemos en cuenta que los abogados son parte interesada. Unos defienden a alguien y otros al de enfrente.

Y hoy día, que vivimos, nos guste o no, en el mundo de la imagen, de lo instantáneo y de lo rápido, es imprescindible tener una web, es necesario estar. Hay que darse a conocer, que sea fácil encontrar a los abogados. Que hablen con los periodistas, congeniarán con unos mejor que con otros. Para conocerlos, para que nos conozcan mejor, que sigan nuestras informaciones, que conozcan nuestra profesionalidad, como también tenemos que hacerlo nosotros, que hablen con nosotros. Así se consigue una buena relación. Y cuando hablen ante los medios que lo hagan con claridad, con un lenguaje sencillo y directo.

Dice la Constitución que *“la Justicia emana del pueblo y se administra en nombre del Rey por Jueces y Magistrados integrantes de poder Judicial, independientes, inamovibles, responsables y sometidos únicamente al imperio de la ley”*. Ustedes son abogados y trabajan para que se cumpla la ley. Finalizo con la pregunta que da título a este artículo: *“¿Hay algo más bonito que trabajar por la Justicia?”*

Cuando alguien conoce su camino, el resto se aparta para dejar que pase

Tenía 4 años cuando pronuncié por primera vez palabras relacionadas con el derecho en cuanto a mi futura profesión y 23 cuando decidí que tenía que hacer algo diferente, y que el derecho con lo apasionante que es no podía ser ese parque jurásico donde el abogado fuera alguien trajeado, con mesas color caoba y flexos verdes. También entendía y entiendo que el derecho es mutable, que fluye y que debe estar actualizado, de ahí que mi especialidad sea la ciberdelincuencia.

Pero si me preguntáis si ha sido fácil, la respuesta es un rotundo “No”. Al principio para los demás era una inconsciente que se iba a estampar, a día de hoy alegan suerte. Y no, ni una ni otra, el truco: sudar sangre, noches en vela, renunciaciones y gestionar la frustración, ¿Cómo? No hay trucos, cada uno como pueda y si se necesita con ayuda profesional, lo que sí es común y no puede faltar es la resiliencia, la motivación y saber dónde es y dónde no, metas realistas.

Mi historia comienza cuando estaba trabajando en el Ilustre Colegio de la Abogacía de Madrid (ICAM), llevaba 9 meses en el Servicio de Atención al Colegiado (SAC) al tiempo que se implementó Lexnet, allí conocí muchísimos letrados, puesto que todos tenían que ir allí a actualizarse el carnet. Cuántos más conocía, más me convencía de que podía hacerme un hueco en ese mundo de forma autónoma.

Empecé a estudiar por mi cuenta las modificaciones sobre los delitos informáticos y en redes sociales tanto a nivel nacional, como europeo y el origen de estos en EE.UU., y un 16 de febrero de 2016 tomé la decisión de dejar el trabajo y ponerme por mi cuenta. Atendía a los pocos clientes que conseguía, a través de Instagram o por conocidos, en los despachos del Colegio de Abogados y mientras, para llegar a final de mes sacaba perros de vecinos de la urbanización y hacía horas en Decathlon.

A los dos meses empecé a pagar un “alquiler de mesa en un despacho” para tener sitio donde trabajar y dónde atender, y ahí empezó a tomar forma mi idea: TQAbogados. Empecé a vivir de la abogacía, a crecer, y un año más tarde nació StopHaters, la primera asociación contra el ciberacoso.

La realidad de mi historia y abriéndome en canal, es que ambos han sido como hijos, cuando uno fallaba o le iba mal estaba el otro para darme alegrías, nunca lo han hecho a la vez, pero eso me ha venido bien para no perder la esperanza.

He tenido alegrías y éxitos que me han colmado de felicidad, pero os diré que las derrotas, los números, las épocas malas, las contrataciones, los despidos, los gastos, los malos clientes... eso son muchas noches de insomnio y de sentir que le estás dando la razón a los que te dijeron que fracasarías o que no confiaron en ti.

Para concluir os diré, que la cabeza que tenía con 23 no es la que tengo con 32, que ahora hay más miedos, pero más ganas de estabilizarlo todo. Me creo menos las grandes promesas, pero sigo soñado muy alto. ¿Ha merecido la pena? Sí, porque sin esta historia, no sería yo.

Sara G. Antúnez

Socia de TQAbogados y presidenta de Stop Haters



Cuando alguien conoce su camino, el resto se aparta para dejar que pase

Sara G. Antúnez

Por lo tanto, y para concluir, mis consejos a todos los que quieran comenzar por su cuenta o que ya lo hayan hecho y no estén atravesando su mejor momento serían:

- Resiliencia.
- Metas y objetivos realistas.
- Saber decir “no”.
- Reinventarse y no tirar la toalla.
- Grabarse mentalmente que caer no es fracasar y que un cambio en el camino es de valientes, no de fracasados.

Manuel Valero

Abogado y Letrado del Turno de Oficio. Ex
Vicedecano del ICAM



Luces y sombras del Turno de Oficio

Ingresar en el Turno de Oficio es muy recomendable para iniciarse en la profesión, aunque la prestación en este servicio público pueda conllevar luces y sombras.

Las luces son muchas. Es una verdadera escuela en cualquiera de los turnos que se elijan. La prestación está llena de experiencias prácticas, conocimiento del ámbito judicial y gratas complacencias en el servicio realizado.

Las sombras son los retos, dedicación y sacrificios que el abogado tiene que asumir.

Adscribirse supone salir airoso en los cursos que el Colegio exige, según la materia que se elija y el coste de estos.

Si se opta por la jurisdicción penal, lleva implícito la realización de guardias de 24 horas, que en la práctica pueden convertirse en 48 o 72 horas, por los juicios rápidos.

Después, los procedimientos de los justiciables designados suponen una consagración diaria, siendo poco común que su duración no se alargue varios años.

Otro tanto exige la jurisdicción civil que, sin el imperativo de las guardias, suponen también cuantioso trabajo y considerable dilatación de sus procedimientos.

No así, si se escoge otras jurisdicciones, aunque éstas requieren una capacitación específica y no menos empleo de estudio y tiempo en su tramitación.

Las Administraciones (estatal y comunitaria) compensan el trabajo concreto del Letrado mediante los precios establecidos en sus respectivos baremos oficiales que, hoy por hoy, no son justos, pues el prestador realiza muchos gastos no contemplados.

Sea cual sea el turno que se elija, son imperativas las Normas Reguladoras del Colegio, cuya observación debe ser minuciosa para el colegiado adscrito.

Igualmente, la prestación debe respetar las normas y criterios de los Códigos Deontológicos, cuya fiscalización ante una queja corresponde al departamento colegial.

No es, desde luego, una labor fácil, pero sí en la que se obtienen muchas satisfacciones con la buena defensa del patrocinado y que suele generar, por el boca a boca, clientes particulares.

Sin duda, estar en el Turno de Oficio, prestación de dimensión constitucional, supone garantizar la tutela judicial efectiva e igualdad ante la ley de los ciudadanos carentes de recursos, de modo que se honra al patrimonio moral de la Abogacía.

La estrategia: competir por valor y no por precio

En multitud de ocasiones me he encontrado con abogados que, habiendo montado su propio despacho o a las puertas de hacerlo, descuidan la estrategia a seguir, sin prestarle la atención que merece.

“Quiero un logo moderno, quiero una web y quiero estar bien posicionado en internet para que me entren clientes”.

Todo eso está muy bien, y es necesario, pero antes de eso: ¿te has parado a pensar qué tipo de despacho quieres ser?, ¿cuál es la percepción que quieres que, de ti, de tu despacho, de tu marca, tenga el mercado?



Lo primero es pararse a pensar y responder a la pregunta: **¿qué eres y qué quieres llegar a ser?** Para responder a esta pregunta has de dedicar tiempo de calidad a analizar cuáles son tus diferenciales como despacho, como abogado: ¿por qué te tienen que contratar a ti por encima de tu competencia?

¿Cuáles son tus fortalezas?, ¿qué mensajes quieres trasladar al mercado?, ¿quién es tu público objetivo?, ¿cuáles son tus diferenciales y cómo los vas a trabajar para lograr un impacto óptimo con tu audiencia? **En la diferenciación está la clave.** En un sector con más de 90.000 despachos de abogados se antoja fundamental sobresalir de la competencia, llamar la atención de tus potenciales clientes aportándoles valor y generando confianza.

• ¿Cuál es tu promesa de valor?

Ante la voraz competencia del sector legal, tienes que ser capaz de expresar tus fortalezas como despacho y controlar la comunicación para que no sean los terceros los que se hagan su propia idea de quién eres. ¿Cuáles son las bondades de contratar tus servicios?, ¿qué ofreces tú que no ofrezca el resto? No me refiero sólo a las áreas de especialización, si no a la forma en la que tienes de prestar tu servicio.

En definitiva, ¿qué puede esperar tu público objetivo de tu despacho? Si pensamos en la marca Rolex, por ejemplo, se nos viene a la cabeza la palabra lujo, si pensamos en la marca Volvo la asociaremos a coches seguros, Apple a innovación, y así con muchas marcas de las que esperamos algo. Pues bien, permitiéndome estos ejemplos, y salvando las distancias, hemos de ser capaces de asociar la marca del despacho a una promesa de valor.

A partir de aquí, y de cara a desarrollar una estrategia exitosa y eficiente, tenemos que ser capaces de marcarnos objetivos coherentes, asumibles y medibles al corto, medio y largo plazo, conocer bien el tablero de juego y a nuestros competidores y hacer una valoración objetiva de nuestros recursos.

La estrategia: competir por valor y no por precio

David Muro Fernández de Arróyave

• **Analiza, planifica, ejecuta y mide**

Soy plenamente consciente del escaso tiempo de calidad con el que cuentan los abogados para dedicarle a este tipo de acciones, pero sin duda, y por experiencia, sólo aquellos abogados que se han parado a darle la importancia que merece a la estrategia a desarrollar, a realizar un análisis interno y externo, a planificar las acciones a seguir y mantener una rigurosidad en la ejecución, han visto como sus despachos compiten y crecen de forma rentable.

Por otro lado, lo que no son cuentas son cuentos y lo que no se mide no se puede mejorar. ¿Lo estás haciendo bien?, ¿estás cumpliendo los hitos marcados en tu hoja de ruta? Sólo midiendo resultados podrás seguir avanzando como despacho, mejorar y adaptarte a las circunstancias internas y del entorno en el que compites.

Y a partir de aquí sé constante ya que el marketing y la comunicación son como una lluvia muy fina que va calando. Sólo trabajando tu visibilidad de manera continuada en el tiempo conseguirás la ansiada reputación, asociando tu marca a tus áreas de especialización y tus fortalezas. Porque como dijo Sócrates: “La mejor manera de labrarse una reputación es tratar de ser aquello que se desea parecer”.

Hoy en día, vemos como internet permite a las pequeñas marcas competir con las grandes, existiendo muchas herramientas a nuestro alcance para potenciar nuestro posicionamiento. Ahora bien, sin un plan estratégico claro y definido, podrías estar disparando al aire, y perdiendo tiempo y dinero sin rentabilizar las acciones desarrolladas en materia de marketing y comunicación.

Abogacía: Elige tu propia tu aventura

Una de las enseñanzas que te da la experiencia profesional es que no existe una única abogacía, pues existen múltiples maneras de ejercer esta increíble profesión.

Creo que no seré el único que, cuando creció en él la vocación por la abogacía, en cierta medida venía alimentada por lo que las series de televisión y el cine, generalmente estadounidense, que nos mostraban grandes despachos con inmensos equipos que litigaban en defensa de los intereses de sus clientes.

Obvia decir que, la vida no es como nos muestra la gran pantalla, ni la Justicia española es la norteamericana, ni que, necesariamente, el ejercicio profesional tiene que ser en esas mega estructuras.

A la hora de emprender en la abogacía, al igual que en otros muchos oficios o negocios, es muy frecuente acudir a profesionales que nos puedan aconsejar, leer libros sobre emprendimiento y, en definitiva, buscar ayuda externa que nos pueda resolver las miles de cuestiones e incluso dudas que nos pueden surgir, pero, en mi opinión, no existe una respuesta correcta a todas esas preguntas que te puedes estar surgiendo.

En los 18 años de ejercicio profesional que llevo a mis espaldas, he podido observar múltiples fórmulas de ejercicio profesional, muchas de las cuales he pensado: “ese sistema no puede funcionar”, y me sorprendían explicándome que llevaban décadas funcionando de esa forma, por tanto, la pregunta más adecuada no es “cuál es el mejor sistema”, sino “cuál es el mejor sistema para mí”.

Si quieres ir rápido, ve solo. Si quieres llegar lejos, ve acompañado. En la abogacía, como en otros muchos aspectos de la vida, la compañía es esencial, por eso creo imprescindible el buscar buena compañía para este viaje.

Para buscar esa compañía, primero definí mi visión del despacho, en mi caso, un despacho de asesoramiento integral de empresas y particulares, con ese primer paso, busqué a las personas adecuadas para esta aventura, tanto en el plano profesional como, más importante aún, el personal, y, tras doce años, puedo afirmar que todos elegimos muy bien.

El siguiente paso, nada sencillo, es establecer las retribuciones y funciones de los socios. Nuevamente, no existe una respuesta correcta, pero te puedo decir cuál me funcionó a mí en esos inicios: Retribución proporcional a la facturación de cada socio y contribución equitativa a los gastos del despacho.

Javier Alberti

Socio director en Asesoranza



Por último, es importante definir el modelo de negocio, es decir, a dónde quieres ir y cómo quieres llegar, preguntas que, como puedes imaginar, no son sencillas ni se responden de forma rápida.

En nuestro caso, teníamos claro que queríamos crecer, pero un crecimiento lento que nos permitiese afianzar tanto clientes como equipo y que nos permitiera dar estabilidad tanto a unos como a otros, ya que, como decía antes, la compañía en el ejercicio profesional es esencial, tanto en tus socios, como en el equipo profesional que conforma el despacho.

Abogacía: Elige tu propia tu aventura

Javier Alberti

Dentro de esa estrategia de crecimiento, una de las decisiones más arriesgadas, y a la par acertadas, fue la de absorber una cartera de clientes. Este tipo de crecimiento no es sencillo, ya que la abogacía tiene mucho de la personalidad del profesional que la ejerce, por eso era importante que el despacho al que adquieres la cartera tenga una filosofía del derecho y del ejercicio profesional similar a la tuya, de tal forma que a los clientes no les cueste adaptarse a la nueva dirección letrada y se pierda el menos número de clientes en esa transición.

En definitiva, si te estás planteando iniciar tu andadura profesional por tu cuenta, escucha, lee y observa, pero recuerda que lo que ha funcionado a otros no tiene por qué funcionarte a ti, has de crear tu propio modelo y hacerlo crecer a tu propia imagen.

Mónica Gil

Abogada penalista



Especializarte es decir no a un montón de ramas jurídicas para decirle que sí a una en la que ya llevas tanto trabajado que sientes que estás seguro de lo que haces. **Ser especialista es sentir que los engranajes giran sin esfuerzo**, que el teléfono suena más para asuntos de esa rama, que no tienes que ganarte al cliente (en esa primera consulta en la que él te cuenta y tú despliegas tus alas cual pavo real), sino que el cliente viene sabiendo de sobra quién eres y viene a que le lleves el asunto, es decir, viene directo a firmar la designación porque quiere que seas su abogado, lo tiene claro.

3 errores que te hacen perder clientes

Hace unos trece años, cuando estudiaba Derecho, me corté el flequillo yo sola. Un fiasco. No era tan horrible como para hacerse viral en TikTok, pero no era bonito. Mi novio iba justo ese día a su peluquero de confianza y le dije que le preguntara si podía ir yo también para arreglarme un poco aquello. El peluquero respondió que no. Y ahora os estaréis preguntando qué tiene que ver esto con la abogacía.

Para la abogacía, como para cualquier negocio e incluso en cualquier ámbito de la vida, hay que **aprender a decir no**, sin sentir vergüenza y sin que nos de pena la persona a la que estamos diciendo que no. Ese peluquero me dijo que no porque su peluquería era de caballeros, dijo que no porque cortar flequillo cortina no era su especialidad; como yo ahora digo que no a oponerme a un desahucio.

A muchos abogados nos suele llegar ese momento, tan importante en el emprendimiento, en que decidimos especializarnos. Y no, especializarte no es hacer un máster y pagar miles de euros. **Especializarte no es poner en tu web que eres penalista** cuando solo has asistido a tres detenidos y has pasado cinco juicios.

Y tras casi diez años de ejercer en la rama penal y poder decir que soy especialista, de errores propios y ajenos, he extraído cuáles son los tres errores para que el cliente penal pierda la confianza en su abogado y son los siguientes:

1. No ser transparente. Hablar con el cliente qué sucede durante la instrucción de su causa es importante. No solo es importante contárselo sino tener en cuenta que el cliente puede aportar información de valor. Pero lo más importante de este punto, es tener en cuenta 1.aquellos procedimientos en que hay varios encausados y, por tanto, varios abogados. Lástima que tu cliente se entere del resultado de la geolocalización de los móviles intervenidos porque se lo ha dicho otro de los encausados, al que previamente se lo ha comunicado su abogado.

2. No transmitir tranquilidad. En los procedimientos penales hay varios momentos en que el encausado va a recibir carta del juzgado en su domicilio. Por ejemplo, en la fase intermedia para notificar acusación y auto de apertura de juicio oral. Es fácil. Si recibe esa carta y no le has avisado que va a recibir esa carta, la sensación no es buena. Si, por el contrario, le avisas que va a recibir una carta y el contenido de la misma y, efectivamente y como le ha dicho su abogado, recibe esa carta y el contenido de la misma es lo que le ha dicho su abogado, sentirá que tiene a su lado al mejor.

3 errores que te hacen perder clientes

Mónica Gil

3. No tener claro el objetivo. Que la absolución no te obceque, apostar siempre al rojo no es buena idea. Ser penalista no es conseguir la absolución en todos los asuntos, sino obtener el mejor de los resultados dentro de una probabilidad medianamente certera. Es también un éxito transformar unas diligencias previas a rápido con conformidad porque sabes que no hay por donde cogerlo o conseguir una sentencia condenatoria de multa, en vez de prisión, porque has hecho posible una calificación jurídica inferior que por la que se acusaba.

No conozco ningún gran penalista que sea generalista y, como aquel peluquero, quiero que me reconozcan por mi especialidad. Ser transparente, transmitir tranquilidad y fijar un objetivo posible, son mis tres consejos para conseguir especializarte en penal y, si es tu caso, nos vemos en los estrados.

¿Es necesario trabajar primero en otros despachos antes de emprender tu propio camino en la abogacía?

Tras más de diez años ejerciendo como abogada penalista, si alguien me preguntara si cambiaría algo de lo que he hecho en mi trayectoria profesional, la respuesta sería no.

Hasta mi emprendimiento en la profesión transcurrieron aproximadamente cinco años y medio, por lo que desde mi punto de vista considero imprescindible no solo hacer prácticas en otros despachos previamente, sino trabajar como abogado y no como becario. Aunque si ahondamos más en el consejo, considero imprescindible especializarse en una materia por lo que será necesario focalizar nuestros esfuerzos en la búsqueda de un despacho que se ajuste a nuestros intereses.

Sé que esto a veces no es fácil. A veces acabamos el máster de acceso a la abogacía un poco perdidos, sin saber qué materia es la que nos gusta, por lo que considero que durante las prácticas que nos ofrecen estos másteres u en otras prácticas como becarios que pudiéramos encontrar, aprovechemos para ir perfilando nuestros gustos, para que así cuando al menos contemos con un mínimo de experiencia podamos decantarnos por una especialidad.

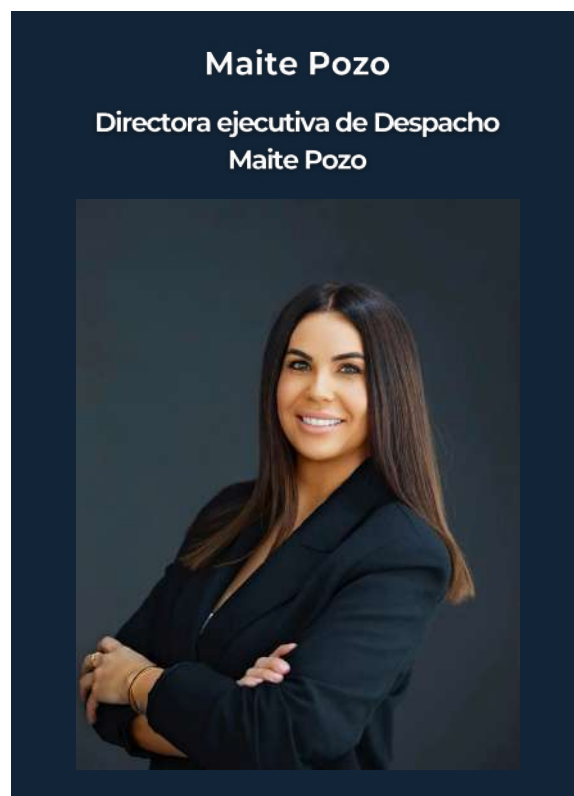
Yo siempre tuve claro que si ejercía la abogacía lo haría en la rama penal por lo que cuando dejé las oposiciones centré mi búsqueda en despachos penalistas. Consulté varias opciones, yo no tenía nada de experiencia en el sector, aunque sí un amplio bagaje en el estudio de las oposiciones de judicatura por lo que el Código Penal me lo sabía casi de memoria.

Durante el tiempo que trabajé para otro despacho di lo mejor de mí, me esforcé, trabajé con tesón y esfuerzo y adquirí un gran bagaje profesional en delitos de todo tipo.

Tras ese periodo había llegado el momento de emprender y comenzar una nueva aventura, quizás más difícil que la anterior. Ahora sería mi propia jefa, pero también sería la responsable del buen devenir de cada procedimiento, de salvaguardar la libertad de mis patrocinados y sobre todo sería la responsable de generar una infraestructura de negocio que cubriese tanto mis gastos profesionales como personales.

Durante cinco años y medio no sólo había trabajado para otra persona, sino que cada acción que realizaba la consideraba como propia y en beneficio propio. Sabía que toda la experiencia que adquiriese o que todo conocimiento aprendido no solo reportaría beneficios para otro, sino también para mí. Poco a poco iba labrando mi tierra y cosechando mi propio cultivo, por lo que no consideréis que trabajar para otro es perder el tiempo, o que solo reportará beneficios para el jefe, sino que será para ambos.

Evidentemente cuando trabajas para otro el beneficio económico mayoritariamente se lo llevará tu jefe, pues es él/ella quien asume la infraestructura del negocio y la responsabilidad, pero tú también estás obteniendo un beneficio traducido en experiencia y conocimientos



¿Es necesario trabajar primero en otros despachos antes de emprender tu propio camino en la abogacía?

Maite Pozo

De ahí iras poco a poco generando tu propia cartera de clientes, y muy probablemente una vez que se haya entablado una relación de confianza con ellos, te buscarán a ti, ya que, en la mayoría de los casos, el cliente no busca ser representado por un determinado despacho con nombre "tal", sino que querrá ser asistido por una persona en concreto, da igual donde preste esos servicios.

Quizás sea políticamente incorrecto lo que voy a decir, ya que hoy día tenemos que luchar por la dignidad salarial, por unas condiciones dignas de trabajo, etc., pero no confundáis una cosa con la otra. Es totalmente compatible tener unas buenas condiciones laborales y "echar más horas que un reloj". Por lo que debemos ser conscientes que el ejercicio conlleva cierto sacrificio.

Se requiere esfuerzo, constancia y sacrificio, sobre todo en los inicios. Considero necesario ir como las hormiguitas poco a poco, cogiendo migas de pan con cautela y con paso firme, y cuando llegue el momento de emprender, lo sabrás. Todo ello será determinante para tener un buen emprendimiento y una carrera de éxito.

Principales errores a evitar a la hora de lanzar tu propio despacho

Para un abogado joven, lanzarse a montar su propio despacho puede ser una decisión emocionante y gratificante pero también puede presentar algunos retos. Resolverlos con eficiencia y no caer en algunos errores comunes serán clave para el éxito y la continuidad del proyecto:

- **Falta de planificación** en los aspectos claves como la estructura legal del despacho, aspectos financieros, de marketing y de gestión.
- **Subestimar la inversión inicial** de equipos, licencias profesionales, seguro, marketing y otros gastos operativos.



- **No especializarse:** intentar abarcar demasiadas áreas de práctica legal para poder llegar al máximo número de clientes es una estrategia comprensible en los inicios, pero es importante identificar un nicho específico en el mercado legal y especializarse en él. Esto permite al despacho y al abogado destacar entre la competencia y atraer clientes que buscan experiencia y conocimientos específicos en esa área.
- **No invertir en formación profesional:** el aprendizaje continuo es fundamental en la profesión de abogado por lo que invertir en formarse es clave para el crecimiento profesional del abogado joven, así como la capacidad del despacho para ofrecer un servicio de alta calidad a los clientes.
- **Ignorar el marketing y la comunicación:** muchos abogados jóvenes pueden subestimar la importancia del marketing y la promoción en el éxito de su despacho. Pero contar con algo tan sencillo como una web, redes sociales, asistir a eventos de networking y desarrollar una estrategia de marketing digital son a día de hoy fundamentales para atraer y retener clientes. Ignorar estas actividades puede resultar en una falta de visibilidad y una base de clientes limitada.

La realidad es que cuando un abogado tiene como objetivo montar su despacho está más enfocado en la captación de sus primeros clientes y en los recursos económicos con los que cuenta que en las labores de marketing. No se trata de hacerlo todo a la vez sino de establecer diferentes fases para cada momento del proyecto

- **Fase 1 - Investigación de mercado:** antes de lanzarse a la captación de clientes, hay que hacer un análisis exhaustivo para comprender las necesidades legales del público objetivo, la competencia y las oportunidades disponibles. Analizar las áreas de práctica más demandadas, identificar tus ventajas competitivas y definir tu nicho de mercado.
- **Fase 2 - Desarrollo de la marca del despacho y el/los abogado/s fundador/es:** para dar una imagen profesional es fundamental crear una identidad de marca del despacho y de los abogados directores del proyecto (desde el logo hasta los valores del bufete). Aquí entraría también la creación de un sitio web profesional, redes sociales del despacho y sus abogados y una presentación de servicios profesional.

Principales errores a evitar a la hora de lanzar tu propio despacho

Susana Claudio Fernández

- **Fase 3 - Estrategia de marketing de contenidos:** la creación de contenido relevante y útil que responda a las preguntas y preocupaciones legales de los potenciales clientes. Esto puede incluir artículos de blog, guías legales, videos explicativos y publicaciones en redes sociales. El marketing de contenido ayudará a posicionar al despacho y al abogado como un experto en tu campo y atraer a clientes potenciales al despacho.
- **Fase 4 - Estrategias de generación de leads:** implementar tácticas para atraer clientes potenciales y convertirlos en clientes. Esto puede incluir campañas de publicidad online, marketing por correo electrónico, seminarios web, eventos de networking y programas de referidos.
- **Fase 5 - Relaciones con clientes y fidelización (esta fase en realidad empieza desde el momento que aparece el primer cliente).** Es imprescindible fomentar relaciones sólidas con clientes a través de un servicio excepcional, comunicación transparente y seguimiento continuo. Ofrece contenido útil y recursos legales gratuitos para generar satisfacción por el servicio prestado y fomentar la fidelización a largo plazo.
- **Fase 6 - Evaluación y ajuste:** analizar regularmente el rendimiento de tus estrategias de marketing y haz ajustes según sea necesario. Esto te permitirá identificar qué tácticas están funcionando mejor y optimizar tus esfuerzos de marketing para obtener mejores resultados.

¿Cómo dedicar tiempo al marketing del despacho?

Una vez identificadas las acciones clave para que el lanzamiento de un despacho tenga éxito, ahora hay que sacar tiempo para ponerlas en práctica. Aquí es donde entran en juego los sistemas de gestión de casos: automatizar el proceso de calendario, gestión de tareas, seguimiento del tiempo, facturación por correo electrónico, etc. que ahorrará tiempo. Aunque sólo ahorren 10 minutos al día, esto puede permitir al abogado centrarse más en las relaciones con los clientes o en apoyar las actividades de marketing digital del despacho. Además, la utilización de un sistema de CRM que mejore el proceso de captación de clientes potenciales proporcione información y seguimiento y se vincule a su sistema de gestión de casos puede ayudar a la captación de nuevos clientes.

Usa la Inteligencia. También la Artificial

Mi principal consejo para un Abogado Autónomo es el mismo que les doy tanto a mis alumnos de 'Habilidades Básicas del Jurista' de 1º de Derecho como a mis alumnos de 'Competencias Digitales' del Máster de Acceso a la Abogacía: Usa la Inteligencia. También la Artificial. Pero, sobre todo, la Humana, para hacer aquellas cosas que, por ahora, no sabe hacer la Inteligencia Artificial.

1. Qué es Inteligencia

'Inteligencia' viene de 'inter'+ 'legere', que significa 'elegir entre' (varias opciones, se supone que la mejor; porque elegir la peor no parece que sea muy inteligente). Pero también puede significar 'leer entre' (líneas), porque 'legere' (elegir) acabó significando 'leer'. Y 'leer entre líneas' -es decir, no leer de forma literal un texto, sino interpretándolo- es algo que (aún) no puede hacer la Inteligencia Artificial.

2. Qué es Interpretar

El artículo 3.1 del Código Civil establece: "Las normas se interpretarán según 1) el sentido propio de sus palabras, en relación con 2) el contexto, 3) los antecedentes históricos y legislativos, y 4) la realidad social del tiempo en que han de ser aplicadas, atendiendo fundamentalmente al 5) espíritu y finalidad de aquellas". Parece fácil, pero sólo los buenos abogados saben hacerlo bien.

3. Qué es la Inteligencia Artificial

La Inteligencia Artificial es un conjunto de herramientas o soluciones informáticas basadas en algoritmos, en general, y en Procesamiento del Lenguaje Natural (PLN), en particular, que sirven tanto para la gestión del despacho (agenda, gestión de clientes, expedientes, comunicaciones y contabilidad), como para la gestión del conocimiento (búsquedas de legislación, jurisprudencia y doctrina).

4. Qué es la Inteligencia Artificial Generativa

La Inteligencia Artificial Generativa es un tipo de herramientas (como ChatGPT) que no sólo sirve para buscar -o extraer- información de miles de documentos, sino que también es capaz de generar documentos nuevos a partir de aquéllos. Pero hay que tener mucho cuidado al usarla, como una herramienta o asistente, porque, cuando no encuentra un dato, es normal que lo invente (alucinaciones).

Borja Adsua Varella

Abogado Experto en Derecho Digital



5. Conclusión

Usa la Inteligencia Artificial, porque hoy en día, con ayuda de ella, una empresa o despacho pequeño puede competir con cualquier empresa o despacho grande. Todo el tiempo que ahorres en tareas automatizables lo podrás dedicar al caso. Pero, sobre todo, usa la Inteligencia Humana, porque es donde tú aportas valor. Un abogado tiene que hacer lo que (aún) no sabe hacer la Inteligencia Artificial.

Mercedes Asorey

Consultora comunicación jurídica. Socia en ASOMAR



Soy abogado, no quiero ser influencer

Los abogados están viviendo una época en la que las amenazas a la profesión parecen multiplicarse. Cuando hablamos del futuro vemos un rápido avance de la tecnología que apremia con sustituir a los juristas. Se dice que, en breve, los clientes de los bufetes van a dejar de ponerse en las manos de su letrado de confianza para lanzarse a los brazos de la inteligencia artificial.

Con este panorama, ¿quién quiere ser abogado?, ¿quién va a esforzarse por forjar relaciones con sus clientes para convertirse en su profesional de confianza?, ¿quién va a diseñar su marca personal para distinguirse en un mercado legal? Pues parece que sigue habiendo personas que quieren ser abogados. Para estos “aventureros” es más necesario que nunca trabajar la marca personal, conocer las innovaciones tecnológicas que aporten valor a la oferta jurídica y actualizarse constantemente en muchos aspectos que hasta ahora los juristas consideraban que no eran lo suyo.

Serán abogados aquellos que crean que tienen algo distinto que ofrecer, que piensen que en Derecho no todo son leyes, que tengan en cuenta la importancia de las percepciones, que consideren relevantes las relaciones (e insisto en decir relaciones) de confianza. Esos serán los abogados del futuro, aquellos que ya van intuyendo que no basta con saber de leyes.

Todavía existe en el sector legal la idea de que será el “boca a boca” el verdadero impulsor de la carrera profesional y, por supuesto que ayudará tener una buena reputación gracias al “buen hacer”, pero ya no es suficiente. El problema es creer que esta es la única forma de conseguir visibilidad, diferenciación, credibilidad y posicionamiento en el mercado legal. El sector ha cambiado mucho y los abogados necesitan tomar las riendas de su propio relato y enseñar al mundo lo que ofrecen. Aunque esto pueda parecer increíble, son demasiados los que se aventuran a buscar clientes sin saber explicar con claridad en qué les pueden ayudar.

Además de conocer su propósito y propia propuesta de valor, los abogados tienen que hacerse visibles. Deben ser capaces de contar qué es lo saben hacer y por qué son una opción preferente en un mercado tan competitivo y, por su puesto, tener claros los motivos que les convierten en una alternativa de presente y de futuro a la inteligencia artificial.

Ya es hora de dejar de escudarse detrás de la obligación de confidencialidad para quedarse agazapados y sin comunicar. Existen muchos medios, muchos canales al alcance que les pueden ayudar a hacerse visibles, hay mucho que contar que les permite ser relevantes y creíbles sin faltar al deber de confidencialidad con el cliente. La clave para descubrirlo será pararse a pensar, prepararse, intentar ser creativo y constante. Lo más importante para no frustrarse y poder avanzar será aprender de las experiencias para tener criterio y priorizar.

Sin duda, hay que dedicar tiempo a construir esa marca personal que les permita “influir” siendo abogado. Es un proyecto que no termina nunca y empieza desde el mismo momento en el que se decide ejercer. Es muy importante ser dueños de su propio relato, del valor que se ofrece, del propósito que les mueve y, por supuesto, es primordial identificar al público objetivo que los acompañará en el camino.

La marca personal del abogado no es aparecer en las redes sociales contando que son premiados y que son estupendos. Consiste en conocer el propósito de lo que se quiere hacer, el valor que se aporta, el público al que se dirige y comunicarlo de la mejor forma posible para conseguir el posicionamiento profesional deseado haciendo todo esto visible. ¿Parece fácil? Quizás no lo es. ¿Quién dijo que fuera sencillo ser abogado?

De servidor público a montármelo por mi cuenta

He tenido el privilegio de desempeñar diversos “oficios jurídicos”. Tras licenciarme en Derecho, preparé las oposiciones “a judicaturas” para acceso a las carreras Judicial y Fiscal -entonces eran dos vías distintas-, habiendo ejercido en ambas. Siendo juez superé también las oposiciones restringidas para “especialista en lo contencioso-administrativo”, estando destinado, antes de solicitar la excedencia voluntaria para trabajar como abogado, en las Salas de dicho orden jurisdiccional del Tribunal Superior de Justicia de Cataluña y de la Audiencia Nacional. Después de casi diez años en lo público me incorporé a un gran despacho durante dieciocho años, donde “me ficharon” como socio, hasta que, finalmente, emprendí el apasionante camino de ejercer como abogado autónomo, fundando mi propio despacho.

Santiago Milans del Bosch y Jordán de Urries

Fundador y socio codirector de Milans del Bosch & ITL, Abogados y Asesores Tributarios



• Juez y magistrado de órgano colegiado

Como juez, mi responsabilidad era administrar justicia imparcialmente. Tomaba decisiones basadas en la ley, los hechos presentados -probados- y los argumentos de las partes. Fue una etapa muy gratificante, ya que contribuí en la impartición de justicia y ayudé a resolver muchas controversias “controlando la legalidad de la actuación administrativa”.

La imparcialidad, la independencia y la ética son fundamentales para ejercer bien la profesión jurisdiccional y para que el ciudadano tenga confianza en la justicia. La experiencia me enseñó a escuchar -y leer- atentamente y a estudiar los casos con diligencia, yendo al caso concreto.

• Fiscal

Como fiscal, mi función era, sobre todo, representar a la sociedad en los procesos penales. Calificaba los hechos enjuiciados, proponía pruebas, argumentaba ante los tribunales y buscaba justicia para las víctimas y la sociedad en general. Esta experiencia me enseñó la importancia de la preparación meticulosa y la habilidad para persuadir. La integridad y la objetividad son esenciales para un fiscal. Esta experiencia me enseñó a investigar a fondo, presenta pruebas sólidas y buscar la verdad material.

• Socio en un gran despacho

Trabajar como socio en un bufete de abogados de renombre me brindó la oportunidad de colaborar con grandes compañeros en casos complejos y muy interesantes. Participé en litigios importantes, negociaciones comerciales y asesoramiento legal estratégico. Si trabajas en un gran despacho -donde la especialización es clave- y estás pensando en “cambiar de ritmo”, aprovecha las oportunidades de aprendizaje y construye relaciones sólidas con tus compañeros y clientes.

De servidor público a montármelo por mi cuenta

Santiago Milans del Bosch y Jordán de Urries

• Abogado autónomo

Decidir establecer mi propio despacho fue un paso emocionante pero desafiante y, con el tiempo, muy gratificante. Aquí hay algunos consejos para quienes desean seguir este camino:

1.Especialización

Identifica tus áreas de especialización. Enfócate en lo que te apasiona y domina ese campo. En un mundo con tanta normativa ya “no se lleva” ser abogado generalista; el cliente “exigente” pide especialización del abogado.

2.Espacio Físico

Elige cuidadosamente el lugar donde deseas establecer tu despacho (o donde recibirás a tus clientes). La ubicación puede marcar la diferencia. Considera tus necesidades y presupuesto.

3.Planificación financiera

Calcula tus gastos fijos (alquileres, sueldos, papelería, cuotas de RETA o de la Mutualidad, cuota del Colegio, etc.), pero no quieras empezar la casa por el tejado. Al inicio no es tontería comenzar en un “coworking”. También has de prever los ingresos; para ello has de establecer tarifas razonables como honorarios y, siempre que puedas, ahorrar para los “meses bajos” o momentos más difíciles, que llegan cuando menos te lo esperas (no quiero recordar lo mal que lo pasamos durante los ilegales estados de alarma por el COVID).

4.Marketing y Redes

Promociona tus servicios. Crea un sitio web profesional, utiliza las Redes Sociales (no es necesario que contrates a un Community Manager). La imagen que proyectas puede atraer o alejar a potenciales clientes.

5.Resiliencia

Surgirán problemas, habrá altibajos. Pero mantén la confianza en ti mismo, aprende de los errores y sigue adelante. Nada es imposible si no se lucha. Te ayudara a ello la Formación Continua: nunca dejes de aprender y de mantenerte al día con las últimas tendencias legales y jurisprudenciales.

La independencia y la capacidad de tomar decisiones propias han enriquecido mi carrera. Si estás considerando este camino, prepárate, mantén la pasión y nunca dejes de aprender. Con perseverancia y sabiduría, verás cómo tu proyecto crece y se convierte en una fuente de satisfacción y éxito.

Cómo crear tu firma del Siglo XXI

En mi trayectoria profesional, he tenido la suerte de poder trabajar para empresas como **abogada In-house** así como en **grandes despachos** de forma previa a iniciar mi trayectoria en solitario con **Legal Army**. Trabajar en empresa es una experiencia esencial, pues te permite entender las necesidades de negocio y qué es lo que se requiere del despacho externo que se contrata, así como las cosas que pueden disgustar al cliente. De esta experiencia, he extraído mis mayores aprendizajes en cuanto al trato con el cliente, así como a la manera de trabajar para hacerles sentir máxima seguridad y confort.

Para los abogados que vayan a montar su propia firma y no hayan tenido ocasión de trabajar previamente como abogados de empresa, les recomendaría adoptar la estrategia de negocio denominada **customer-centricity** que no es otra cosa que poner al cliente en el centro y como core de la firma para generar alianzas provechosas a largo plazo.

Asimismo, la relación de confianza entre abogado y cliente (*Intuitu personae*) sigue siendo el pilar de nuestra profesión. Por mucha digitalización que introduzcamos en nuestra firma, no podemos olvidar que nuestra profesión se basa en la confianza y ese debe ser nuestro mayor valor a la hora de tratar con el cliente.

Otros consejos derivados de mi experiencia emprendiendo Legal Army son los siguientes:

- **El cliente va primero:** es esencial tratarlo como si fuera único lo que implica tener llamadas frecuentes, dar acuse de recibo a sus emails de forma inmediata y tenerle permanentemente informado de sus asuntos.
- **Consigue una masa crítica de clientes:** a pesar de su complejidad, conseguir una base importante de iguales con pago recurrente, te dará una gran tranquilidad financiera que te permitirá ser creativo con la captación de nuevos clientes o el diseño de nuevos servicios.
- **Digitalízate:** actualmente hay multitud de herramientas digitales que permiten aumentar la eficiencia y agilidad de las firmas. No dudes en testearlas y elegir aquellas que se adapten a tu modelo para conseguir esas mejoras en la velocidad que actualmente son imprescindibles.
- **Contrata despacio, pero contrata bien:** al final del día, lo más difícil en una firma es la gestión de las personas que son su alma y motor por lo que llevar un proceso de selección minucioso y más enfocado al encaje en la filosofía de la firma es casi más importante que los títulos que acredite el abogado.
- **Consigue máxima eficiencia y sé proactivo:** hoy en día, el mejor diferencial que pueden aportar las nuevas firmas es la eficiencia y la proactividad en comparación con las grandes firmas. Las quejas más recurrentes de los clientes son los plazos que tienen los bufetes para hacer las entregas. Hay que tener en cuenta que estos retrasos afectan directamente al negocio del cliente y, si no conseguimos ser ágiles, estaremos fuera. De la misma forma, adelantarse a los problemas del cliente con soluciones es algo muypreciado por los clientes ya que las firmas tradicionales no suelen tener esta capacidad.

Y, por último, utiliza a la competencia como referencia, pero no te enfoques en ella y traza tu propio business plan, con tu personalidad, metodología y forma de trabajar que te diferencien del resto.

Natalia Martos

CEO y fundadora de Legal Army



Lo que no se comunica, es como si no existiera

Hubo un tiempo en que a los abogados les bastaba con ejercer su profesión de forma excelente para tener éxito. Esa época quedó atrás. Ahora, es necesario que tus stakeholders (grupos de interés) conozcan tu excelencia como letrado o como firma jurídica y te la reconozcan, con lo que hacer bien las cosas no basta, **hay que saber contarlas.**

Si eres un abogado que empieza y ha decidido emprender, o que está en sus primeros pasos en la profesión, **debes aspirar desde el principio a conseguir una reputación excelente.** Será fundamental para atraer los recursos necesarios para la actividad de tu negocio en las condiciones más favorables y, además, se ha demostrado, que genera los siguientes beneficios:

- Es uno de los mejores argumentos de venta.
- Aumenta el valor de la firma y de sus servicios.
- Atrae y fideliza el talento, clave en los servicios profesionales.
- Reduce la pérdida de valor en una crisis.
- Constituye un factor determinante de liderazgo.

Para conseguir una buena reputación será **fundamental comunicar quiénes somos, lo que hacemos y ofrecemos** y qué nos diferencia de la competencia. Decía Gabriel García Márquez que “**lo que no se comunica, no existe**”, frase que ha ido derivando en esta más aterrizada: “Lo que no se comunica es como si no existiera”. Y es que **debemos hacernos visibles para no ser invisibles** en un mercado cada vez más competitivo.

Pero ¿por dónde comienzo? ¿cómo puedo dedicar tiempo a comunicar, además de ejercer la abogacía y gestionar el despacho, y no “morir” en el intento? Para empezar, **es importantísimo incluir la comunicación en el plan estratégico de tu despacho**, para poder dotar a esta actividad del tiempo y los recursos necesarios para llevarla a cabo. Resultará fundamental establecer unos **objetivos claros y realistas**, que se puedan cumplir, y que no sean deseos inalcanzables o “cartas a los Reyes Magos”. Sólo así podremos ir cumpliendo etapas y ver resultados.

En la comunicación, hace falta **estrategia, planificación y disciplina** y, por mi experiencia, de poco sirve hacer mucho “ruido” en un determinado momento, si luego permanecemos en “mute” por largos periodos de tiempo.

Una vez establecidos cuáles son para nuestra firma los canales y plataformas adecuados para transmitir los mensajes deseados y diseñada la hoja de ruta, proceso que puede necesitar la ayuda externa de especialistas, debemos dosificar lo que comunicamos. De este modo, **lograremos que nuestra información vaya calando poco a poco**, como la lluvia fina, en la mente de nuestros stakeholders y, al mismo tiempo, podamos compaginar las tareas comunicativas dentro de nuestras otras muchas labores en el despacho.

Para un abogado por cuenta propia o que ha creado una pequeña firma es muy importante que estos esfuerzos estén bien dirigidos, en especial cuando se tienen presupuestos limitados. Se deben aprovechar las diferentes opciones que tenemos a nuestro alcance para llegar a nuestros grupos de interés. Y siempre con **coherencia entre lo que hacemos y lo que comunicamos.**

Carlos García-León

Socio director de Legal Reputation



Lo que no se comunica, es como si no existiera

Carlos García-León

Algunos sencillos consejos:

- Sigue fomentando las **relaciones personales** en el mundo offline, una poderosa arma de comunicación, pero ten presente que **el mundo digital es el mayor aliado de los despachos pequeños**. En Internet, a nivel de visibilidad, podemos igualar fuerzas con firmas de gran tamaño. **Empieza creando una página web** (sorprendentemente el 20% de los despachos aún no tienen) y piensa que, aunque sea un desembolso inicial alto, no será un gasto sino una inversión. Será tu principal ventana al exterior.
- Crea en tu web un **blog corporativo** y publica periódicamente contenido propio de interés (si no eres tanto de escribir, prueba otros formatos como el vídeo o el podcast). Ayúdate de las **redes sociales** para amplificar estos contenidos y aprovecha también todo el potencial de **LinkedIn** para establecer una buena red de contactos.
- No pierdas la oportunidad de conectar con determinados **medios de comunicación** para ofrecerles ayuda como experto jurídico. Y **aprovecha la tecnología a tu alcance**. Cada vez hay en el mercado un mayor número de herramientas y aplicaciones, muchas de ellas gratuitas, que pueden ayudarte en tus labores de comunicación. Y recuerda que el mejor momento para empezar a comunicar es ahora.

Cristina Carretero González

Profesora de Derecho Procesal y de
Oratoria y Redacción Jurídicas.
Facultad de Derecho. Universidad
Pontificia Comillas



Pautas para lograr una comunicación jurídica clara y actual

Pautas para lograr una comunicación jurídica clara y actual (o cómo evitar las ineficaces y anacrónicas antiguallas). Siglo XXI. La buena comunicación debe ser eficaz en su contexto, esto es, clara, precisa y adecuada. El mundo jurídico ha de seguir estas premisas para evitar que nos quedemos atrás si nos expresamos a la antigua usanza, ahora ineficaz.

Y es que el cliente no tiene ni tiempo ni ganas de descifrar argumentos largos, complejos o técnicos. Hoy día, se impone comunicar fluida, clara y apropiadamente. El cliente debería encontrar una respuesta en la que perciba que, más allá del contenido atinado, su abogado ha dedicado tiempo y esfuerzo para hacerse entender en lo que dice o escribe.

Pautas o sugerencias de comunicación jurídica eficaz:

Piensa en tu receptor, quien te escuchará o te leerá, y recuerda este objetivo para que emplees el registro adecuado:

- Si es un jurista, exprésate técnicamente, con claridad y precisión.
- Si no lo es, como ocurre con un cliente, exprésate sencillamente y sin tecnicismos, sin latinismos ni arcaísmos.

Medita tu mensaje y su estructura, de forma ordenada, ya sea por escrito u oral: con inicio, desarrollo y conclusión (decisión, petición, o lo que proceda en cada caso). Salvo urgencia, no improvises.

Escribe como aprendimos, con sujeto, verbo y complementos, sin circunloquios, sin repeticiones, sin subordinadas de subordinadas, con sintaxis sencilla, sin complejidades lingüísticas, con un mensaje completo y con una longitud lógica:

- Frases: de unas 3 líneas de media.
- Párrafos: de unas 7 líneas de media.

Si fueran correos electrónicos, reduce aún más la longitud de los párrafos, de hasta 5 líneas como máximo, y con un contenido ordenado, completo y sintético en lo que se informa y en lo que se solicita o decide, en su caso.

Revisa siempre lo escrito y reforma lo necesario.

Si tu exposición es oral, además, ten en cuenta:

- La voz. Te han de escuchar bien y con atención; vocaliza y no vayas muy rápido ni muy lento (conviene alternar velocidades e introducir algún mínimo silencio; y emplea un buen volumen (sin gritar ni susurrar)).
- Mira a los ojos, sin intimidar y manteniendo el contacto.
- Observa tu lenguaje no verbal, coherente con el verbal, y el de tu interlocutor.
- Ensayá y, si puedes, pide opinión acerca de tu intervención.

Intenta empatizar. Son clientes con problemas o necesidad de consejo y están en un entorno, de tribunales, que genera bastante inquietud. Por último, educación, amabilidad y cortesía.

Especialización y/o diferenciación ¿Tanto monta, monta tanto?

Los comienzos siempre son ilusionantes y apasionantes, aunque no por ello exentos de retos e inseguridades. Ser abogado del SXXI supone nacer, hacerse, rehacerse y renacer. La vida profesional no tiene un solo comienzo, sino que se conforma de continuos “Comienzos infinitos”.

La especialización profesional se presenta como un tema recurrente buscando en ella el sustento profesional. Por lo general, la especialización viene marcada por:

- Las exigencias competenciales del mercado, también por
- Las expectativas que la sociedad tiene puesta en los abogados como agentes del Estado de Derecho, y como agentes de cambio. Pero hay un elemento más, absolutamente relevante, que es,
- La diferenciación.

La diferenciación no es sino nuestra singularidad, y transita en el ámbito del ser –lo que uno es, su talento natural- y en el ámbito de la pasión –lo que uno quiere ser, su motivación intrínseca, que son los motores de una necesaria “Actitud fascinante”.

No es infrecuente comenzar como generalista, aunque no es infrecuente que distintas circunstancias como puede ser la oportunidad de mercado propicien una especialización técnico-jurídica, para un nuevo perfil profesional.

Esto último, habla de formación especializada, lo que ya es meritorio, pero no habla de **habilidades competenciales diferenciales** que también exige el sector legal, como pueden ser en economía, gestión o inteligencia artificial, las que también debemos adquirir en una formación transversal y un nuevo modelo de negocio.

Sin embargo, los atributos de un abogado que requieren los clientes sugieren, además, una nueva mentalidad profesional. Esto nos ha de conducir al entrenamiento en **habilidades personales** tales como Inteligencia emocional, creatividad, innovación, comunicación, resiliencia, o liderazgo de servicio. Todas ellas tienen un claro impacto en el desempeño profesional, en la experiencia del cliente, y en nuestro propio bienestar profesional y personal.

Ahora bien, yendo un poco más allá, profundizar en el significado y significativo de la abogacía nos conduce a preguntarnos: ¿Qué se espera hoy de nosotros los abogados? ¿Qué esperamos hoy nosotros de nosotros mismos como profesionales y como personas? Y nos lleva a percibir un reclamo más de la sociedad en su conjunto, que se refiere al **posicionamiento que adoptamos ante la problemática actual, la respuesta que damos ante los desafíos futuros**. Alinear valores se traduce en la oportunidad de ganar la confianza y marcar una ventaja competitiva aportando a su vez, valor para nuestro negocio jurídico y para la sociedad y el entorno, a un tiempo. Y significa en última instancia, permanecer relevantes en el tiempo.

Cristina M Ruiz Pérez

Abogada. Socia de Urbanismo & Construcción Abogados. Profesora del Máster de Abogacía



Especialización y/o diferenciación ¿Tanto monta, monta tanto?

Cristina M Ruiz Pérez

Así, la abogacía del SXXI se sustenta en cuatro exigencias:

- Del mercado · **La especialización técnico-jurídica** que configura nuevos perfiles profesionales.
- Del sector · **La adquisición de habilidades competenciales** que crea nuevos modelos de negocio.
- Del cliente · **El entrenamiento en habilidades personales** que nos dota de una nueva mentalidad profesional.
- De la sociedad · **El alineamiento de valores** que nos permitirá permanecer relevantes en el tiempo.

En conclusión, más allá de la mera formación técnico-jurídica por materia, **lo que nos dotará de una ventaja competitiva duradera en el tiempo será poner en valor nuestra singularidad**, adquiriendo habilidades competenciales y personales y alineando valores, que desarrollen y refuercen nuestro talento e impulsen nuestras motivaciones.

Finalmente quisiera compartir esta oportunidad para crecer juntos con la siguiente reflexión:

Mi mayor aprendizaje: **“Cree en ti mismo para producir valor”**.

Mi mayor virtud: **“Creer en las personas”**.

Mi constante: **“Sobresal de ti mismo”** –esto para los días pares-.

MI otra constante: **“Inquieta, provoca... Genera impacto”** –esto para los días impares-.

Mi otro aprendizaje: **“No busques... Crea desde tu singularidad y Regala nuevas experiencias.”**

Qué quieres ser de mayor y cómo conseguirlo

Para que puedas llevar las riendas de tu destino profesional, yo voy a cumplir con mi parte compartiendo humildemente contigo algunos consejos y lecciones aprendidas mediante el conocimiento y la experiencia acumulados durante más de 20 años. Si quieres conseguir tus metas, tan solo tienes que cumplir con la tuya: leer esto y aplícalo todo lo que puedas.

1. Define a 3 años vista tus objetivos profesionales divididos en:

- a) económicos (ingresos, retribución, etc.);
- b) formativos;
- c) reputacionales (prestigio, reconocimiento, premios, rankings, etc.);
- d) de capacitación (acreditaciones, certificados, etc.);
- e) entorno/lugar de trabajo;
- f) equipo humano (perfiles, expertos, mentores, sherpas, etc.);
- g) el principal de todos: tu libertad.

Una vez lo hagas, trocéalos en objetivos anuales/semestrales/trimestrales y mensuales hasta el presente, y plásmalos en un cronograma. Si no piensas hacer esto, no hace falta que sigas leyendo; será muy difícil -por no decir imposible- que alcances tus objetivos si ni siquiera te molestas en saber cuáles son.

2. Mentalidad poderosa: “piensa a lo grande (sin límites) y ejecuta paso a paso”.

3. Concéntrate de forma equilibrada en “las 4 d”:

- deseo: la clave del éxito está en las ganas, en la motivación como combustible emocional/vital;
- determinación: tu compromiso, convencimiento y auto confianza para conseguirlo;
- dirección: define tu rumbo, tus metas, objetivos y tu carta de navegación;
- disciplina: esforzarse para conseguir hacer lo que toca cuando toca.

4. Define:

- tu “super yo”: la mejor versión de ti mismo (“super poderes”: valores, virtudes, capacidades y tu actitud);
- tu “super carrera profesional (referentes, influencias, ejemplos, etc.).

5. Escapa de tu zona de confort: el conformismo y la comodidad son ladrones de sueños y de vida: “la comodidad es regresiva mientras que la incomodidad es evolutiva”.

6. Desarrolla tu propio método/sistema: para hacer lo que toca cuando toca (hábitos, rutinas, reglas, normas, procesos).

7. Planificación: planifica siempre a día vista el día siguiente, a semana vista la semana siguiente, y así sucesivamente a mes vista, trimestre, semestre, año, y a 3, 5 y 10 años, y siempre como si fueran los últimos. Pero ¡ojo!: planificación sin ejecución = alucinación; así que:

8. ¡Acción! acción y acción!: hacer, hacer y hacer (y rápido, rápido, rápido, “no hay tiempo que perder”): “mejor mal hecho que perfecto sin hacer”.

Rodolfo Tesone

Socio director de MetaLegal Group.
Presidente emérito de ENATIC Abogacía Digital, y Director del Máster de Derecho Digital e Inteligencia Artificial de la Universidad de Barcelona



Qué quieres ser de mayor y cómo conseguirlo

Rodolfo Tesone

9. **Prioriza: “primero lo primero”.** Renuncia a lo urgente y dedícate a lo importante siempre que te sea posible y como norma diaria.
10. **Integra y diversifica:** diseña un horario integrado de funciones, pero ojo “quien mucho abarca, poco aprieta” así que “foco foco y foco” exclusivo en cada franja horaria aplicando técnicas de súper concentración.
11. **Utiliza un “atrapa ideas” o “bloc de notas” estructurado por funciones / áreas / temas, y otorga tiempo en tu agenda para repasar, seleccionar e implementar.**
12. **Gestión de tiempo riguroso; plazos sagrados; “ley de Parkinson”, pautas anti-procrastinación y cronogramas.**
13. **Economía de la atención:** crea tus “islas de concentración” y tu propio escudo anti-distractores (ladrones de tiempo, de dinero, de vida, etc.) y redacta ya tus reglas de uso del móvil y pantallas, de mensajería (mail, WhatsApp, etc.), de teléfono, de reuniones, conversaciones, etc. y cúmplelos a rajatabla.
14. **Revisa, corrige y mejora:** dedica tiempo en tu agenda a ejercer de controller; bitácora mediante un registro y revisión de tareas y métricas de productividad o analíticas de crecimiento y calendariza sesiones de corrección y mejora.
15. **Crea un sistema de “zanahorias” en forma de premios y recompensas (gamificación/motivación/combustible emocional, etc.) por objetivos alcanzados.**
16. **Rodéate del mejor equipo posible de partners-socios-colaboradores-coaches-referentes.** Fórmate sobre liderazgo y trabajo en equipo, y sobre todo asigna y delega. Sin esto es imposible crecer.
17. **Invierte en ti, en tus capacidades, en tus superpoderes y en conseguir la mejor versión de ti mismo.** Y los mejores resultados acabarán llegando.

El inglés no se te da mal, lo que necesitas es cambiar tu estrategia

El director financiero de un importante despacho de abogados español me dijo en una reunión: “Yo es que con el inglés lo he pasado mal”. Yo le entendí perfectamente, si bien no podía dejar de pensar en todas las dificultades que este profesional seguramente debía haber atravesado en su vida laboral hasta llegar a este puesto de responsabilidad y que el inglés fuera una de sus frustraciones era cuanto menos llamativo.

Una frustración innecesaria y que se podría haber ahorrado, en mi opinión. Pero lo entendí, porque no es el único que se siente mal con el inglés. Si me hubieran dado un euro por cada alumno abogado que en mis 25 años como docente de inglés jurídico me ha dicho que el inglés se le da fatal o que es su asignatura pendiente, hoy sería rica. Pocos se han planteado que estuvieran siguiendo la estrategia incorrecta.

Por muchos cursos en academias de inglés generalista que realicen y por muchos títulos de Cambridge que tengan en su currículum, a la hora de la verdad necesitan prepararse para las situaciones concretas que se van a dar en su día a día en el despacho. Que incluso con un nivel alto de inglés es preciso formarse en el inglés especializado de su profesión.

Se cuentan, sin cuestionárselo, la historia de que llevan toda la vida estudiando inglés y que por tanto deberían ser capaces de entender y hablar mejor de lo que lo hacen. Escucharse hablar mal en inglés atenta directamente contra su autoimagen como profesionales. La posible consecuencia de este malestar es que descarten impulsar internacionalmente sus carreras o despachos, cerrando la puerta al mundo de oportunidades y crecimiento profesional y personal que se esconde potencialmente detrás de esta herramienta que es el inglés.

Este “aprender desde el ego” no es una buena estrategia. Lo importante es hacerse consciente de para qué se necesita verdaderamente el inglés, de cuál es el verdadero estado actual de su inglés y, partiendo de ahí, prepararse en plan francotirador para las situaciones específicas que realmente se va a vivir, sin más drama.

Es posible desempeñarse bien con un nivel intermedio de inglés si te preparas para las situaciones concretas de la vida real del despacho, aprendiendo el vocabulario especializado.

Si quieres decir que el “arrendatario quiere resolver unilateralmente el contrato de arrendamiento”, lo que necesitas no es tener más nivel de inglés, lo que necesitas es saber cómo decir: arrendatario (tenant), resolver unilateralmente (to terminate) y contrato de arrendamiento (tenancy agreement).

La clave para subir tu nivel está en aprender el vocabulario que realmente necesitas, tengas el nivel que tengas.

Lola Gamboa

Profesora de inglés jurídico



El inglés no se te da mal, lo que necesitas es cambiar tu estrategia

Lola Gamboa

Mis alumnos saben que tienen poco tiempo y sin embargo lo invierten en clases en las que aprenderán un vocabulario que dista mucho de ser relevante para ellos. Solo tienes que mirar cualquier índice de cualquier manual de preparación de cualquiera de los populares exámenes de Cambridge. Temas como la moda, las partes de la casa o viajar son recurrentes.

Ninguno habla de redacción de contratos, de la resolución unilateral de un arrendamiento o de la liquidación de una sociedad en concurso de acreedores. Ninguno te prepara para la primera cita con el cliente ni para redactar un email enviando tu minuta de honorarios.

Entonces, yo propongo tres primeras ideas a quienes de verdad quieren estudiar inglés de manera eficaz para usarlo en un contexto profesional:

- **Cambia definitivamente de estrategia.** Aquí recuerda la máxima de: mismas acciones, mismos resultados. No puedes pretender volver a apuntarte a las clases de siempre y obtener resultados distintos.
- **Invierte tu escaso tiempo en cursos especializados y no de inglés generalista.** Si no los hay en tu localidad, echa un ojo a la oferta online, la hay y de buena calidad. Cuando empieces a aprender un inglés significativo y relevante para tu día a día o para tu trabajo en el futuro, verás que empieza a cambiar tu visión personal de lo que es aprender inglés.
- **Ten en cuenta tus circunstancias reales actuales y plantéate objetivos medibles y alcanzables para ti.** Busca cursos o clases que se adapten a ti y a tu agenda y márcate objetivos específicos para plazos concretos, objetivos que sean significativos para ti y que puedas constatar que has logrado. “Subir de nivel” es algo demasiado vago y nuestro cerebro no entiende ese tiempo de órdenes tan difusas. “Sacarme el certificado TOLES (Test of Legal English Skills) en 6 meses” es una meta medible que te permite saber hacia dónde te diriges y ponerte manos a la obra para lograrlo.

La historia del podcast Tertulia Jurídica

Voy a contarte mi experiencia y las claves en el viaje de crear una marca personal dentro del sector legal. Existe un dicho conocido en nuestra profesión: “el que tiene padrino se bautiza” y es que los inicios son complejos y más si no tienes ayuda, en mi caso no tuve padrino así que me lo busqué yo mismo. Voy a darte varios aprendizajes bajo mi experiencia que creo que te servirán si vas a iniciarte en la profesión.

Así, la abogacía del SXXI se sustenta en cuatro exigencias:

Nos encontrábamos confinados y, para alguien que nunca ha dejado de moverse y crear, esto representaba un desafío, al final, el ser humano es social por naturaleza.

Esta necesidad de comunicarme me llevó a explorar grupos de Facebook donde pregunté si algún colega abogado que estuviera interesado en participar en una charla para discutir sobre el presente y futuro de nuestra profesión. De este modo, cinco o seis personas nos reunimos virtualmente y grabamos nuestra conversación.

Esa grabación capturó nuestros pensamientos y emociones en un momento donde la necesidad de socializar era palpable. Reflexionamos sobre el futuro y los cambios necesarios en nuestra profesión. Tras la charla, propuse publicar este contenido en un formato de podcast, dando vida al episodio piloto de lo que más tarde se denominaría “Tertulia Jurídica” (aunque se exploraron otros nombres).

Este proyecto fue evolucionado con el tiempo, convirtiéndose en una serie de episodios donde discutimos importantes desafíos legales, como los despidos durante la era COVID y los derechos a la propiedad y la privacidad en esos tiempos de inseguridad, temas muy candentes en esa época de cambios.

Al inicio del podcast Tertulia Jurídica, experimentó un crecimiento impresionante, consolidándose como el podcast jurídico de habla hispana más escuchado a nivel mundial y después de más de cuatro años todavía se mantiene.

Este viaje me ha brindado numerosos aprendizajes. Antes de colegiarme en el Ilustre Colegio de Abogados de Sevilla en enero de 2021, ya había establecido conexiones significativas dentro del sector, colaborando con figuras reconocidas que me impulsaron y apoyaron en mi camino profesional. De lo que extraigo el aprendizaje siguiente: “Si no tienes padrino, búscalo, pregunta a 100 personas verás cómo alguien te da una oportunidad, aunque no te conozca de nada.”

Ángel Seisdedos

CEO en Leggado.es y podcaster en
TertuliaJuridica.com



• La creación de una marca personal

Otro de los mayores aprendizajes ha sido la creación de mi marca personal dentro del ámbito legal. A pesar de no ser abogado inicialmente, logré posicionar mi voz como igual entre mis colegas, gracias a la autoridad y el reconocimiento que ellos compartían conmigo. Esto fue crucial para lanzar mi carrera dentro del sector incluso “habiendo empezado tarde”.

• El poder de saber a quién le hablas

Dirigirme a un público específico, compuesto principalmente por abogados, estudiantes de derecho, fue otro aprendizaje vital. Inicialmente, el podcast fue diseñado como una herramienta para captar clientes, pero pronto nos dimos cuenta de que no estaba bien enfocado y se transformó en un espacio para conversaciones más amenas, profundas sobre temas que afectan nuestra profesión.

De ahí una de nuestras máximas que siempre nombro en todos y cada uno de los podcasts es:

“El Podcast donde los profesionales del Derecho se quitan la toga y comparten su visión sobre temas de actualidad”

De ahí una de nuestras máximas que siempre nombro en todos y cada uno de los podcasts es:

“El Podcast donde los profesionales del Derecho se quitan la toga y comparten su visión sobre temas de actualidad”

- **Adaptación y evolución**

Aprender a adaptarse y evolucionar ha sido fundamental. Reconocer que el contenido y la forma en que se consume están en constante cambio, ha sido clave para mantener la relevancia y el éxito del podcast.

Además, aunque suene egoísta, las conexiones forjadas han sido y siguen siendo esenciales para mi crecimiento personal y profesional y también el del podcast y no necesariamente en ese orden.

Finalmente, quiero animarte a que te lances, da igual que tengas poca experiencia, todo alguna vez es nuevo o intimidante. Al final, hacer algo disruptivo o diferente te hará destacar.

Abogacía joven y ejercicio por cuenta propia: claves del éxito

¡Qué difícil dar un consejo tan breve para animar a compañeros y compañeras noveles que inicien el ejercicio profesional de forma autónoma! Si hay algo claro que deseo transmitir con este mensaje es que: ¡no lo dudes! Solo quienes se atreven a dar el paso pueden alcanzar el éxito.

Al finalizar la carrera de Derecho y el máster de abogacía, el alumnado sueña con iniciar su andadura profesional en el mejor de los despachos. Sin embargo, nadie nos habla de la opción de emprender nuestro propio camino, de las posibles colaboraciones y de todas las oportunidades que brinda la tecnología y los medios digitales.

No os engaño, a mí tampoco me lo contaron y aquí llegué por casualidad, o quizás fue el destino. Pero ahora que lo conozco solo puedo compartirlo con ilusión y entusiasmo. Y es que, en mi opinión, se trata de la **única forma de ejercer la verdadera abogacía**, pues solo de esta manera se logra la independencia real y, por ende, el respeto a la profesión responsable y al justiciable.

Eso sí, mi experiencia me ha enseñado que **la clave del éxito radica en especializarte en una rama del Derecho**. Nuestra profesión requiere de un **estudio constante** que, a no ser que te dediques a una materia concreta, resulta inabarcable. Además, es la única forma de disponer de tiempo (cuando desconoces la materia el tiempo invertido se multiplica) y así podrás dedicárselo a cada cliente como se lo merece y diferenciarte del típico despacho generalista. Igualmente, ser especialista te permite proponer unos **honorarios dignos** y, de nuevo, más tiempo que dedicar a cada asunto y al estudio para alcanzar la **excelencia técnica**.

Asimismo, las colaboraciones con colegas son fundamentales. Rodéate de profesionales con experiencia en tu materia para apoyarte cuando empiezas y busca una red de compañeros y compañeras que se dediquen a otras ramas para **colaborar derivándoos asuntos**. De nuevo, necesitas ser especialista.

¡Ah! Y no olvides invertir tiempo en construir tu **marca personal**. Crea una página web y perfiles de redes sociales. Aprovecha cada oportunidad para darte a conocer: acude a conferencias, escribe artículos jurídicos, construye una red. Te aseguro que dará sus frutos.

Yo elegí la abogacía penal y me especialicé en violencia sexual y de género, delitos violentos y menor infractor. **Esta fue la clave de mi éxito, escoger una materia que amaba, dedicarle tiempo, cariño e ilusión.**

Quiara López Ferrer

Abogada penalista. Socia y fundadora de QLF Abogacía penal



Cómo Innovar en el Derecho Digital: Lecciones de la cuenta de RRSS Tech And Law

En una era digital, las redes sociales son herramientas indispensables para los abogados, no solo para contactar sino para conectar genuinamente con la audiencia. Asimismo, en un momento donde los jóvenes dominan la tecnología y son los futuros CEOs, los abogados no pueden quedarse atrás.

Somos los abogados detrás de TechAndLaw, la cuenta sobre Privacidad y Derecho Digital en Instagram y Tiktok con mayor notoriedad en España. Con la experiencia que hemos podido ganar en nuestra trayectoria profesional y en redes, queremos traerte parte de nuestros logros y los consejos que podemos extraer de cada uno.

Elena Gil y Eduard Blasi

Abogados especializados en Derecho Digital



• Exploración de nuevos canales

TechAndLaw surgió después de identificar un vacío en nuestro nicho: tradicionalmente los abogados les hablan a otros abogados, así que pensamos ¿qué tal abrirse a un público más amplio?

Por ello, decidimos cerrar ese vacío y comenzar a hablarle al público general sin tecnicismos, y comenzamos a explorar Instagram y TikTok, llegando a un público más joven y diverso, y recientemente hemos comenzado también en LinkedIn.

Consejo: No temas explorar nuevos canales de comunicación.

• Conciencia de la brecha tecnológica

Por otro lado, los jóvenes entienden muy bien la tecnología, pero a menudo ignoran sus riesgos. Como abogados, es crucial educar y ser conscientes de esta brecha. Nosotros tratamos de informar sobre los riesgos tecnológicos y dar consejos a nuestra comunidad.

Al mismo tiempo, no queremos demonizar ningún tipo de tecnología o de empresa, sino que también damos visibilidad a aquellas prácticas que sí son correctas y desmentimos información viral incorrecta.

Consejo: Adapta tu lenguaje a tu audiencia, y resalta los aspectos educativos.

• Temas de vanguardia

Tratamos temas interesantes para el público general (como las cámaras ocultas en Airbnb) y temas educativos (como el funcionamiento de las tecnologías de inteligencia artificial con Deep fakes, que se usan para crear imágenes sexuales).

Consejo: Mantente actualizado y relevante en tu especialización.

- **Profesionalidad y experiencia**

Detrás de una cuenta en redes hay mucho trabajo. Además, Eduard Blasi y Elena Gil, los abogados que estamos detrás de la cuenta, tenemos una amplia experiencia profesional de más de 10 años, hemos publicado libros, impartimos clase en la universidad y ahora con este proyecto queremos trasladar las píldoras más importantes de ciertos temas en vídeos cortos de 40 segundos.

Consejo: Asegura que tu contenido refleje tu experiencia y conocimiento.

- **Ser un líder de opinión**

Gracias a nuestra labor de difusión, TechAndLaw ha sido identificado como líder de opinión (Key Opinion Leader) en temas digitales. Por ejemplo, en relación con las prácticas de WorldCoin, la organización que escanea iris a cambio de criptomonedas.

Consejo: Establece tu voz en temas nicho para ganar reconocimiento

- **Reconocimiento y rigor en Redes Sociales**

Por todo ello, Techandlaw ha podido destacarse su comunicación y también por su rigor, y ha sido reconocido con el Premio de Divulgación en Redes de la Agencia Española de Protección de Datos 2023.

Consejo: Combina influencia con integridad profesional en tus redes.

- **Más allá de las Redes: Data Guardians**

Con todo lo anterior, hemos podido establecer un proyecto paralelo, Data Guardians, una firma legal especializada en derecho digital y en formación, concretando este esfuerzo fuera de las redes sociales.

Consejo: Utiliza tus plataformas digitales como trampolín para nuevos emprendimientos.

En conclusión, innovar en la práctica legal no es solo una cuestión de conocimiento, sino también de cómo comunicarlo. Si vas solo llegarás más rápido, pero en comunidad llegarás más lejos.

La “Revolución Inteligente” en la Abogacía

La Inteligencia Artificial Generativa (IAG) está transformando la forma en que trabajamos en muchos sectores, y el legal no es una excepción. La IAG está cambiando el juego para los profesionales legales, enfocándose tanto en las nuevas oportunidades que crea como en los retos que presenta.

• ¿Cómo está cambiando la IAG nuestra forma de trabajar?

Imagina poder delegar las tareas más repetitivas y mecánicas a una máquina inteligente. Esto ya está pasando en el mundo legal. La IAG puede revisar documentos, hacer investigaciones de precedentes y manejar el papeleo a una velocidad y precisión que superan con creces la capacidad humana. Esto significa que los abogados tienen más tiempo para dedicarse a lo que realmente importa: pensar estratégicamente, aconsejar a sus clientes y tomar decisiones clave.

• Nuevas habilidades y capacitación

Con la llegada de la IAG, no solo cambia nuestra forma de trabajar, sino también lo que necesitamos aprender. Hoy en día, es crucial que los profesionales legales no solo sepan de leyes, sino también de tecnología. Los programas de formación ahora incluyen módulos sobre cómo usar la IAG de manera ética y efectiva. Entender estos sistemas no es solo saber cómo funcionan, sino por qué funcionan y en qué contextos es adecuado usarlos.

• Los desafíos éticos y regulatorios

Usar máquinas inteligentes para tomar decisiones legales abre un montón de preguntas éticas. ¿Cómo aseguramos que estos sistemas son justos y transparentes? Establecer reglas claras para el uso de la IAG en la práctica legal es fundamental para mantener la confianza en nuestro sistema legal y asegurar que se respeten los derechos individuales.

• El abogado del futuro

La IAG no solo está aquí para ayudar, sino que está cambiando lo que significa ser abogado. Más allá de conocer leyes, los abogados ahora necesitan ser capaces de trabajar codo a codo con tecnólogos y científicos de datos. Adaptarse a nuevas herramientas y formas de trabajar es clave, y la capacidad de mantenerse actualizado con la tecnología es más importante que nunca.

Sara Molina

Senior Manager en Legal Management
Consulting en Deloitte Legal



• En pocas palabras

La IAG está redefiniendo el mundo legal, abriendo nuevas vías para que los profesionales desarrollen sus carreras de formas que antes no eran posibles. A medida que la tecnología avanza, es crucial que los abogados no solo se adapten, sino que también tomen un papel activo en modelar cómo se integra la IAG en la práctica legal. Esto significa aprender constantemente, adaptarse a nuevas realidades y estar siempre listos para dialogar sobre cómo usamos la tecnología de manera justa y ética. Con la IAG, los abogados no solo están evolucionando, están liderando el cambio hacia una nueva era legal.

Lanzamiento de servicios jurídicos “monoproducto”

Dentro de dichos productos y servicios que ofrecen los abogados, nos centramos en los letrados o empresas de servicios jurídicos que dentro de su “catalogo legal” se han especializado en determinados procedimientos en los que son especialistas por su conocimiento o experiencia, y que se pueden conocer como “monoproductos”.

¿Como nace un monoproducto? Normalmente basa en el conocimiento previo o experiencia del letrado, pero también puede surgir tras un proceso de investigación. Los elementos que debemos tener presentes, teniendo como punto de partida una idea de negocio o de un procedimiento, pueden ser los siguientes:

1. Dimensión del mercado

Cuando se está pensando en lanzar un nuevo producto, debemos conocer cuáles son las dimensiones del mercado. Por ejemplo, si quieres lanzar algún producto relacionado con cláusulas abusivas en préstamos hipotecarios, debes conocer o tener presente cuantas hipotecas pueden contener dicha estipulación que piensas que es abusiva.

2. Perfil de los sujetos destinatarios de tu nuevo producto

Siguiendo con el mismo ejemplo anterior, las personas que pueden tener una estipulación abusiva en su hipoteca es muy amplio y heterogéneo, pero puede ser más sencillo conseguir llegar a dichos destinatarios que otros productos.

Hasta hace poco, existía un mercado muy interesante que consistía en reclamar a las entidades bancarias financiadoras de la construcción de plantas de energía renovables, por los daños y perjuicios causado en los swap o permutas de interés que vendían como método de contrarrestar los efectos las variaciones de los tipos de interés en los projects finance de dichas instalaciones.

Esto es importante, porque, como es lógico, el perfil de una empresa que se propone construir una planta de energía renovable no es el mismo que un matrimonio con una hipoteca, lo cual nos lleva al siguiente punto.

3. Perfil del letrado o empresa de servicios jurídicos

En el mundo del derecho, como en el de cualquier otro sector, deben existir profesionales que se dirigen al mundo del retail y otros a mercados de lujo o más exclusivos.

Antonio Aguilera

Abogado. Head of Spanish Litigation en
Del Canto Chambers



Los perfiles son distintos, y esta cuestión debe ser tenida en cuenta. No requiere las mismas habilidades, conocimientos y experiencia dirigirse a personas hipotecadas, siguiendo nuestro ejemplo anterior, que al CEO de una empresa titular de una planta de energía renovable.

Íntimamente relacionado con esto, debemos ser realistas y tener presente que, si somos un despacho unipersonal, o contamos con un pequeño equipo de profesionales, estamos en desventaja para lograr una hoja de encargo de una empresa titular de una planta de energía renovable frente a un despacho mediano o grande, y esa desventaja habrá de ser compensada con otros factores.

De igual manera, y siguiendo un paso más allá, debemos tener presente que ocurriría si, de pronto, tuviéramos una avalancha de clientes solicitando nuestros servicios. ¿Podríamos atenderlos a todos?

En mi caso particular, para la construcción y lanzamiento de un nuevo producto o servicio, me ayudaron mucho el conocimiento del derecho que tenía y la lectura de tres libros: “La estrategia del océano azul”; “La economía Long Tail”, de Chris Anderson, y los libros de Richard Susskind, como “The End of Lawyers?: Rethinking the nature of legal services” o “Tomorrow's Lawyers: An Introduction to Your Future”.

4.Aspectos técnicos

Nos encontramos redactando una demanda de lo que pensamos que puede ser un nuevo nicho de mercado, y es necesario hacer una referencia a cuestiones técnicas que nos pueden ayudar a diseñar ese nuevo producto o servicio jurídico.

¿Es un procedimiento ordinario o verbal? para saber si puede existir audiencia previa a la que tengamos que desplazarnos, pues ese coste debe ser tenido en cuenta para calcular los costes y la hipotética rentabilidad del procedimiento.

¿Es posible que pudieran citar al cliente en el acto de la vista oral? ¿Pueden plantearnos excepciones o algún tipo de prejudicialidad? Debemos tenerlas previstas e incluso planteada su solución.

En el supuesto de ganar el procedimiento, ¿será fácil la ejecución de una eventual sentencia estimatoria? ¿Es posible la imposición, a favor o en contra, de costas procesales?

No es negociable, el éxito legal demanda bienestar

Estimado abogado emprendedor: Me permito la libertad de dirigirme a ti, no sólo como consultora, sino como colega en la ardua pero apasionante travesía del Derecho. Hemos trabajado concienzudamente en la estrategia y marketing para despachos como el que estás constituyendo, y en dicho contexto me gustaría añadir y enfatizar una verdad irrefutable: el éxito en tu carrera es y siempre será inseparable del bienestar personal, y esto no admite negociación. Joseph Leonard dijo: "El ser humano pasa la primera mitad de su vida arruinando la salud y la otra mitad intentando restablecerla". Esta reflexión resuena particularmente en el ámbito legal donde, lamentablemente, la prevalencia de estrés y problemas de salud mental son una realidad que no podemos permitirnos ignorar.

Paula Fernández-Ochoa

Socia de MoreThanLaw+. Consultora & Speaker en entornos de alta competición



Los datos son reveladores: el estrés y los trastornos mentales acosan al 80% de los colegas; 3 de cada 10 abogados preferiría otra profesión si pudiera retroceder en el tiempo; y ¿qué decir del estigma? Como abogados, solemos presentarnos como estoicos e imperturbables, cualidades veneradas en el pasado, pero la realidad es otra. La ansiedad y el desgaste emocional son comunes, aunque, como revela una reciente encuesta de la International Bar Association, el 41% de los letrados evitaría hablar sobre su bienestar emocional para no comprometer su carrera.

Estas cifras no son meros números, sino un reflejo de una realidad que demanda nuestra atención y acción inmediata. La mayoría de los abogados vive en permanente estado de alerta por la intensa competencia, las maratónicas jornadas, la hiperconectividad, la cultura de la inmediatez, las multitareas asumidas y la sobrecarga de trabajo, lo que no sólo merma su salud sino también su capacidad profesional. Éstos no son sino síntomas de una cultura profesional obsoleta que estamos llamados a transformar.

La OMS ha cuantificado el impacto económico del bienestar en el lugar de trabajo, afirmando que cada euro invertido en programas de salud mental puede representar un retorno de 3,5 euros. La productividad, la atracción y fidelización de talento, y una imagen de marca positiva son sólo algunos de los beneficios tangibles de una cultura que prioriza el bienestar.

Este cambio de paradigma hacia una práctica legal más humana es esencial en la era post-COVID-19, donde los valores genuinos y la empatía cobran mayor importancia. El bienestar y la consideración de nuestra condición humana deben estar en el centro de nuestros ecosistemas colaborativos y en las decisiones empresariales que tomamos.

Así pues, te recomiendo que incorpores estos principios en la constitución y gestión de tu despacho. Que este emprendimiento jurídico no sólo se mida por su éxito financiero, sino también por la calidad de vida que ofrece a sus integrantes y ecosistema.

No es negociable, el éxito legal demanda bienestar

Paula Fernández-Ochoa

El futuro de la abogacía nos exige estar a la altura de los retos de un mundo en constante aceleración, donde el bienestar emocional se convierte en un pilar fundamental para una práctica sostenible y ética.

No tengas temor de enfrentarte a los desafíos que vienen con este cambio. El riesgo más grande que puedes cometer sería rehusar a tomarlos. Confía en tu experiencia y tu estabilidad personal para forjar un camino sólido en esta nueva etapa. La pasión, la autenticidad y un compromiso genuino con tu trabajo resonarán con tus clientes y te distinguirán en el mercado.

Estoy aquí para apoyarte en lo que necesites. Juntos, podemos garantizar que esta travesía emprendedora sea una inversión en un proyecto de vida lleno de significado y satisfacción. Recuerda siempre que el éxito legal demanda bienestar y no es negociable.

Mi reflexión para mi yo joven de cuando montó su primer despacho adaptado a los nuevos tiempos

Mi yo joven quería una mesa de despacho tipo inglés, una librería de caoba decorada con aranzadis con olor a puro en una ubicación en el centro de la ciudad.

Es difícil dar un consejo porque cada persona es un mundo, cada pueblo o ciudad es un universo y cada jurisdicción es una galaxia. Las circunstancias de la vida te llevan por uno u otro camino. Solo hay que adaptarse al caminar y disfrutar de proceso. Un proceso que, permitidme que os diga, es durísimo. Que nadie os cuente otra cosa. Muchos no llegaréis al final del camino. Ni yo mismo creo que llegue.

A pesar de esta prevención, si con lo que sé hoy tuviera que montar un despacho haría lo siguiente:

1.Hacer un plan de negocio por escrito. Sentarnos con honestidad, identificar oportunidades, debilidades, amenazas y fortalezas. Haced vuestro propio DAFO. Haced un presupuesto. Cuál es el coste de vuestro despacho, cuál es el coste de vuestra vida, cuál es el coste de vuestra hora de trabajo y presupuestad cuanto tiempo os va a llevar un asunto. Nunca trabajéis a pérdidas. Identificad al cliente a quien os queréis dirigir. Vuestro nicho de mercado es vuestro negocio. Identificad las oportunidades.

2.Mirad las subvenciones al emprendimiento, digitalización, etc. Ahora somos empresarios. Autónomos, sí. Pero empresarios. Antes de hacer nada, acercarnos sin ningún tipo de complejo o vergüenza a preguntar por estas ayudas. Todo lo que obtengamos de ellas ya será un dinero que no tendremos que salir a la calle a buscar

3.Montad un despacho digital. Me explico. Olvidaos de un despacho físico en el centro. La ubicación ya no importa. El cliente está en internet. No vale la pena destinar un porcentaje de dinero en una ubicación céntrica cuando el negocio está en la red. Una vez me dijeron: nunca, nadie entró en mi despacho por la placa en la puerta.

4.Haced mucha vida social, presentaos como abogados, no tengáis vergüenza. Nunca me llamó ningún cliente que no supiera cual era mi profesión. El producto que no se enseña, no se vende. Id a fiestas, eventos, patrocinad cosas: asociaciones de vecinos, equipos deportivos, etc.

5.Sois un producto. No sois intelectuales, no sois gente especial, no sois gente que deba estar sentado en una oficina viendo llover. Sois vuestra propia marca personal. Sois vuestra mercancía a la venta. Haced vídeos, presentaros, buscad gente que os pueda generar negocio. No es malo buscar clientes y nunca hay que tener vergüenza. Yo la tengo, cada día menos.

6.Buscad a profesionales de marketing que os ayuden a posicionarse. Sois abogados. Sabéis de derecho, pero no de marketing. Hay muchas y muy buenas empresas que os prestan ese servicio. Esas empresas conocen las tendencias. Si yo le hubiera hecho más caso a Paula Fernández-Ochoa en su día, habría hecho vídeos en redes cuando nadie los hacía. Me pudo la vergüenza, un error. No seáis como yo. Hacedle caso a la gente que sabe.

Luis Abeledo

Abogado



Mi reflexión para mi yo joven de cuando montó su primer despacho adaptado a los nuevos tiempos

Luis Abeledo

7.Estudiad mucho. Todas las semanas. Es lo más duro. Yo me hice un blog para guardar sentencias que me iban a ser útiles y para obligarme a estudiar un poco todas las semanas. El conocimiento se presupone por el cliente, pero hay que tenerlo.

8.Agrupaos, generar sinergias. Es imposible ser abogado generalista hoy en día. Sed honestos con vuestros amigos, compañeros. Que cada uno coja una especialidad y remitid los asuntos que no sepáis. Seréis más eficientes.

Por qué y para qué debes conocer el ecosistema Legaltech

Si has oído hablar de legaltech, no sigas la traducción literal del término, porque no es sólo tecnología legal. Es mucho más, y la tecnología es el último paso de un proceso que empieza por las personas y sigue con los procesos. Legaltech es innovación, gestión, competencias digitales, metodologías, automatización de procesos y tareas, firma electrónica, análisis y revisión de contratos. Es conocer qué se hace, cómo se hace y quién lo hace en los despachos y asesorías jurídicas, y más cosas que no nos caben en esta página. **Comparto contigo unas ideas para motivarte a que conozcas mejor las ventajas que puede proporcionarte el ecosistema legaltech.**

Ni legaltech ni la inteligencia artificial te van a borrar del mercado. Hace unos años los juristas pasaron de consultar jurisprudencia y legislación en papel a hacerlo en internet, y no pasó nada. Pero si no te mueves bien en este territorio de innovación y tecnología, quien sí puede apartarte del mercado será tu cliente, que contratará a un colega que sí consiga ser más competitivo y eficiente con el uso inteligente y atinado, allá donde tenga sentido, de legaltech.

En el santuario de Apolo en Delfos, en la Grecia clásica, estaba inscrita la frase "Conócete a ti mismo". Aplícate esa idea para tu despacho, da igual que estés empezando. En concreto, conoce tus procesos, mapéalos e identifica aquellos puntos donde se atascan las tareas. Si lo haces, la tecnología que contrates se adaptará a tus necesidades reales.

Sigue, interactúa, colabora con iniciativas que están a la vanguardia de lo que está pasando en el mercado de servicios legales, te marcarán las pautas que debes seguir para surfear esta gran ola del cambio en lugar de dejar arrastrarte por ella.

Legaltech y derecho tecnológico no son lo mismo, aunque tienen abundantes intersecciones. Y creo que el derecho tecnológico ya no es coto exclusivo de la abogacía TIC: la tendencia es que empiece a ser transversal a todas las jurisdicciones y materias. Es importante entender la lógica computacional y conocer el impacto del flamante Reglamento eIDAS 2 y del Reglamento IA, que afectan a ámbitos interdisciplinares como la prueba, la identidad digital e incluso la custodia documental. ¡Ponte las pilas!

BONUS TRACK 1. María Romero: "Según mi experiencia en Derecho Práctico y Lexemo, la revolución tecnológica te ofrece un mundo de oportunidades. Si decides encaminarte hacia este campo, no dejes de conectar con profesionales participando en eventos y de mantenerte informado. Exprime cada situación y se abrirán las puertas de la innovación y desarrollo de habilidades valiosas".

BONUS TRACK 2. Lara Doval: "He podido ser parte de WOW Legal Experience y de Derecho Práctico, empapándome de LegalTech, IA, Compliance y Protección de Datos, acudiendo a charlas, eventos y participando en proyectos. Os recomiendo conocer este mundo, y aunque no os queráis dedicar como especialidad, es importante estar al día de la innovación que nos rodea".

José María Fernández Comas

Director de Derecho Práctico Media,
publicación especializada en tecnología e
innovación en las profesiones jurídicas, y
creador de Guía Legaltech



Ya te habrán dicho que debes desarrollar habilidades comerciales para ser (teniendo muy en cuenta las particularidades del sector) un buen vendedor de servicios jurídicos, pero también debes mostrarte como un excelente comprador de tecnología legal. Para ello, conoce el ecosistema legaltech, las opciones que existen, y qué garantías y beneficios te ofrecen los proveedores.

Saltando al vacío: Testigo de un Abogado emprendedor

Cuando decidí iniciar mi propio despacho de abogados, Ventura Extranjería Abogados, en marzo de 2022, lo hice tras haberme convertido recientemente en padre y sin una red de apoyo establecida para atraer clientes.

Este acto de "saltar al vacío" podría haber sido un gran riesgo, pero me enseñó valiosas lecciones sobre el emprendimiento y la abogacía que deseo compartir con otras personas que se inician como abogados autónomos.

1. Empieza con una visión clara

Define qué quieres que sea tu despacho y cómo quieres que te perciban tus clientes. Mi visión era clara: convertirme en el despacho de abogados especializado en extranjería mejor valorado de España. Esto me guió en cada decisión y cada acción que emprendí; 2 años después, lo hemos conseguido.

2. Define tu área de práctica desde el inicio

Especializarte en un área específica del derecho puede darte una ventaja competitiva significativa. A mi modo de ver, un abogado debe ser especialista en un área del derecho y no saber "un poco de todo".

3. La importancia de la autoridad en tu persona

Lo que dices te define como persona, y esto es muy importante cuando lo que compartes son informaciones jurídicas. Por tanto, todas las informaciones que transmites deben ser claras, precisas y con un fundamento jurídico.

Internet está lleno de informaciones sesgadas, tendenciosas e imprecisas que lo único que buscan es atraer clientes sin ningún escrúpulo.

Por eso, tu debes ser totalmente lo contrario. Debes ser preciso, técnico y especialmente meticuloso, transmitiendo informaciones con fundamentación jurídica para diferenciarte del resto de personas que no lo hacen.

A día de hoy cuento con más de 1.400.000 personas que confían en mi contenido en redes sociales. Esto es fruto de mucho trabajo, pero, sobre todo, de ser honesto, transparente, técnico y transmitiendo informaciones reales siempre. Esto, me ha servido para establecer una base de confianza entre mis seguidores y Ventura Extranjería Abogados.

4. No buscar el éxito inmediato

La realidad de emprender es que requiere un esfuerzo considerable. Durante los primeros años, trabajaba entre 13 y 14 horas al día. Aunque es un ritmo difícil de mantener, fue esencial para alcanzar los objetivos a corto plazo y establecer las bases de lo que hoy es un despacho de 35 personas.

Pau Ventura Álvarez

Fundador Ventura Extranjería Abogados



Saltando al vacío: Testigo de un Abogado emprendedor

Pau Ventura Álvarez

5.Escuchar a tus seguidores

El feedback constante de quienes te siguen en redes sociales debe ser tu guía básica y esencial para mejorar, ellos te dirán en qué eres bueno y en qué debes mejorar. Ajusta tus servicios y tu enfoque basándote en sus necesidades y comentarios. Mis seguidores no solo me apoyaron, sino que también me guiaron hacia lo que realmente necesitaban y cómo lo necesitaban: ellos son mi guía.

6.Acepta los retos como oportunidades

Cada desafío que enfrenté fue una oportunidad para aprender y adaptarme. Desde aprender a gestionar un equipo creciente hasta responder a las cambiantes leyes de extranjería, cada reto me hizo más fuerte como profesional y como líder de mi despacho.

7.Reflexiones finales

Ser un abogado emprendedor no es fácil, pero es tremendamente gratificante. Más allá de los logros y el crecimiento personal, lo que realmente cuenta es el impacto que podemos tener en las vidas de aquellos a quienes ayudamos. Mi consejo es simple: ten valor, comprométete con tu visión y trabaja incansablemente hacia tus metas.

¿Mereció la pena? Por supuesto que sí

Si estás leyendo estas líneas, probablemente estés en alguna de las siguientes situaciones: a) Me acabo de colegiar como abogado/abogada y no sé qué hacer con mi vida profesional; o b) Llevo años en otro despacho, pero mi motivación es nula.

Sea cual sea tu caso, me gustaría compartir 6 reflexiones que nacen fruto de mi propia experiencia y que espero te sean de utilidad en tu proceso de toma de decisiones:

1. ¿Te gusta el derecho?

Aunque pueda parecer trivial, esta es la pregunta más importante que debes hacerte. La carrera de la abogacía requiere de muchas aptitudes, pero el pilar fundamental se asienta sobre la pasión por el derecho. Estudiar derecho y que te interese el derecho puede parecer lo mismo, pero no lo es. Por ello, antes de pensar en tu futuro como abogado/a, lo primero que debes preguntarte es si te entusiasma el derecho. Como dijo el filósofo chino Confucio: "Elige un trabajo que te guste y no tendrás que trabajar ni un día de tu vida".

2. ¿Puedes llevar un procedimiento judicial por tu cuenta?

La vida universitaria y la vida en las trincheras (escritos y juzgados) son dos mundos completamente diferentes. Probablemente, solo pensar en dar tus primeros pasos en la abogacía sin el apoyo de ninguna persona o equipo que te guíe en el camino te provoque una sensación de vértigo. Comenzar tu carrera en una firma legal te ayudará a formarte y ganar experiencia y confianza, dándote la seguridad que necesitas para cuando llegue el momento de enfrentarte a un procedimiento judicial por tu cuenta.

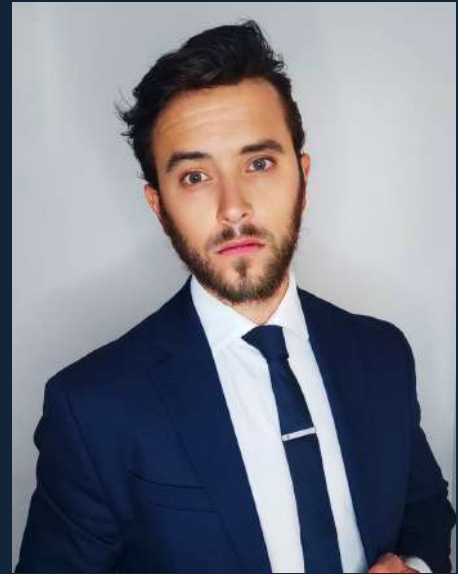
3. ¿Cómo empezar?

Una vez tengas claro que tu vida no va de la mano con horarios, jefes y vacaciones programadas, enhorabuena, ya has hecho lo más difícil: darte cuenta de aquello que no te hace feliz.

Ahora bien, ¿cómo empezar? Para ser abogado no necesitas un despacho espectacular con secretario/a y los títulos universitarios colgados en la pared. Si eres inteligente y tienes ambición, estás de suerte: empezar tu carrera en la abogacía puede ser muy económico, sólo necesitas un ordenador y un móvil.

Miguel Ángel Mejías

Socio director de Mejías-Mendoza Abogados.
Cofundador de @presunto_inocente



Hoy en día muchos de los clientes prefieren tener contacto con su abogado a través de videollamada o por teléfono (algo que nunca comprenderé), por lo que no necesitarás un espacio físico para las reuniones y, en caso de que así sea, existen oficinas coworking con precios económicos en las que poder atender a tus clientes. El talento está en el conocimiento, no en las apariencias.

4. ¿Cómo conseguir clientes?

Muy sencillo, muévete. En todos los sentidos y acepciones posibles del verbo. Salvo que tengas contactos previos, los clientes no van a llamar a tu puerta, simplemente porque no saben ni que existes.

Encarga tarjetas de visita, publica anuncios en todas las páginas existentes, cuéntale a tus amigos y familia que tienes tu propio despacho, habla con tu compañero del gimnasio, con el taxista, con el panadero, y con el repartidor de Amazon si hace falta, Tú eres el mejor equipo de marketing que puedes tener.

5. ¿Las redes sociales son compatibles con la abogacía?

Hoy en día -y seguramente en el futuro- las redes sociales lo son todo. La gente vive por y para el teléfono móvil. Si quieres existir profesionalmente para el resto mundo debes tener redes sociales.

¿Mereció la pena? Por supuesto que sí

Miguel Ángel Mejías

6. ¿Todo esto merece la pena?

Esta pregunta es inevitable. De hecho, tu cabeza tendrá el detalle de regalártela cada vez que tengas un mal día, cada vez que un cliente no contrate tus servicios o cada vez que hayas tirado horas, días y semanas en reuniones, llamadas y correos electrónicos que se han quedado a la deriva en el mar de los negocios perdidos.

¿Todo esto merece la pena? La respuesta es siempre sí. Si estás levantándote en cada una de esas decepciones y caídas, es porque has tenido la valentía de luchar por tus sueños y tu vida, y, si en algún momento no eres feliz bailando con el fracaso, ten el coraje para dejarlo todo y dedicar tu existencia a tocar la guitarra en Cádiz si es lo que de verdad te apasiona.

Al fin y al cabo, lo único que importa en la vida es que cuando llegue la hora de decir adiós y tu cabeza te vuelva a preguntar: ¿Mereció la pena? Tu puedas responder: Por supuesto que sí.

Cómo combatir el estrés en el trabajo de Abogado a través de la meditación

El estrés en el trabajo es un fenómeno que afecta a gran parte de la población española. Las largas horas, las demandas de los clientes y los plazos ajustados pueden hacer que incluso el trabajo más gratificante se convierta en una fuente de estrés.

Afortunadamente, hay una solución simple y efectiva para reducir el estrés en el trabajo: la meditación.

La meditación es una práctica que ha sido utilizada durante miles de años para reducir el estrés y mejorar la salud mental y física, y tiene innumerables beneficios que han sido demostrados científicamente. Entre ellos, practicar regularmente la meditación puede ayudarte a reducir el estrés y la ansiedad, controlar los pensamientos automáticos, gestionar mejor las emociones, tener una actitud más positiva, mejorar la concentración y la productividad, mejorar la memoria, tener una mejor calidad del sueño, reducir tensiones corporales y, en general, mejorar la salud física y mental.

Si quieres empezar a meditar para reducir el estrés en el trabajo, los siguientes consejos te podrán ayudar:

- 1.Encuentra un lugar tranquilo para meditar**, ya sea en tu lugar de trabajo o en tu casa. Puede ser una habitación tranquila o un espacio al aire libre donde puedas meditar sin distracciones.
- 2.Resérvate siempre el mismo momento para meditar cada día**. Puede ser, por ejemplo, por la mañana antes de ir al trabajo, durante el almuerzo o antes de irte a dormir. Lo importante es que establezcas el mismo horario todos los días para así generar más fácilmente el hábito de meditar.
- 3.Empieza con meditaciones cortas y sé constante**. Te recomiendo que empieces con meditaciones cortas, de 5 a 10 minutos al día. Este tiempo es más que suficiente para comenzar a disfrutar de los beneficios de la meditación. Después podrás aumentar gradualmente el tiempo a medida que te sientas más cómodo con la práctica. Lo importante es que seas constante y practiques cada día.
- 4.Adopta una postura cómoda**. Puedes meditar sentado (por ejemplo, sentado en una silla con los pies en el suelo, o sentado en el suelo con las piernas cruzadas), o tumbado (siempre y cuando no te quedes dormido). Lo importante es que encuentres una postura que te permita estar cómodo durante la meditación.
- 5.Durante la meditación, sigue el siguiente proceso**: concéntrate en la respiración, y mientras respiras, te darás cuenta de que, constantemente, irán llegando a tu mente pensamientos. La práctica consiste en observar los pensamientos que vayan llegando a tu mente y, sin engancharte a ellos, dejar que se vayan, como si fueran nubes que van y vienen. Si tu mente está agitada, puedes contar las respiraciones para concentrarte mejor.

Cristina Durán Delgado

Mentora de meditación, Mindfulness y desarrollo personal. Abogada. Autora del libro "La abogada que meditó y se hizo rica". @cristinaduran_mindpower



Cómo combatir el estrés en el trabajo de Abogado a través de la meditación

Cristina Durán Delgado

6. Sé amable contigo mismo. Si durante la meditación te distraes, no te preocupes. Simplemente reconoce tus pensamientos y vuelve a concentrarte en la respiración.

7. Practica meditaciones guiadas: Si estás comenzando a meditar, es recomendable que empieces con meditaciones guiadas, ya que te ayudarán a aprender y perfeccionar la técnica. Antes de elegir tu guía, asegúrate de que sea una persona que conecte contigo y con tu energía. Si estás interesado en empezar a meditar, sigue estos consejos y descubre los beneficios de la meditación para reducir el estrés en el trabajo.

Legalmente viral: cómo convertir tu marca personal como abogado autónomo en un fenómeno en redes sociales

¿Alguna vez te has preguntado cómo destacar en las redes sociales como abogado autónomo? ¿Qué hace que ciertas marcas personales brillen en un mar de contenido digital? Si bien no existe una fórmula mágica, sí hay acciones efectivas que pueden convertir tu presencia online en un verdadero fenómeno.

Antes de sumergirnos en las tácticas específicas, vamos a definir qué significa ser un fenómeno en las redes sociales para un abogado autónomo. Estamos hablando de generar un impacto significativo en plataformas como LinkedIn, X (antes Twitter) Instagram o incluso TikTok, donde la difusión de tus mensajes alcanza un nivel impresionante, generando una participación activa y una comunidad comprometida a tu alrededor.

Entonces, ¿cómo lograrlo? Aquí tienes algunas acciones especialmente diseñadas para abogados autónomos que desean brillar en las redes sociales:

- **Educar en lugar de vender:** en un mundo saturado de publicidad, destaca ofreciendo contenido educativo y útil. Comparte información legal relevante, consejos prácticos y responde preguntas frecuentes de tus seguidores. Esto no solo te posicionará como un especialista en tu campo, sino que también construirá confianza con tu audiencia.
- **Humaniza tu marca:** las personas quieren conectar con otras personas, no con entidades impersonales. Muestra el lado humano de tu profesión compartiendo historias personales, experiencias de casos de éxito (o desafiantes) y mostrando interés genuino en las preocupaciones de tu audiencia.
- **Establece tu nicho:** en lugar de tratar de ser todo para todos, enfócate en un área específica del derecho en la que puedas destacar y te guste. Conviértete en el referente en tu nicho al proporcionar información detallada y análisis profundos sobre temas relevantes para tu audiencia.
- **Interactúa y colabora:** las redes sociales son sobre la construcción de relaciones. Participa en conversaciones relevantes, responde a los comentarios de tus seguidores y busca oportunidades de colaboración con otros profesionales del derecho o influencers en tu campo o que sepas que interesan a tu audiencia.
- **Mantén la ética profesional:** si bien las redes sociales ofrecen un espacio para mostrar tu personalidad y tu experiencia, es importante recordar que sigues siendo un profesional del derecho. Asegúrate de cumplir con las normas éticas y legales al compartir contenido y participar en interacciones online.
- **Utiliza herramientas digitales + IA:** así es, la IA está a la orden del día. Herramientas como ChatGPT, canva, copilot, synthesia, DALL*E están que arden y pueden ayudarte muchísimo si tus recursos son escasos y quieres realmente dar a conocer tu marca personal.

Recuerda, la clave para convertir tu marca personal en un fenómeno en las redes sociales como abogado autónomo es ofrecer valor, autenticidad y consistencia en todo lo que hagas online y offline. Convertirte en un fenómeno en las redes sociales no sucede de la noche a la mañana en el sector legal. Con el tiempo y la dedicación (y un poco de suerte), podrás construir una comunidad sólida y amplificar tu impacto en el mundo digital.



Desvelando los secretos del éxito Legal: Consejos para los primeros pasos en la abogacía

Al ser convocada para formar parte de esta iniciativa, dediqué tiempo a reflexionar sobre los consejos que podría ofrecer y las inquietudes que podría compartir con otros abogados que están dando sus primeros pasos en su carrera profesional.

Al ser convocada para formar parte de esta iniciativa, dediqué tiempo a reflexionar sobre los consejos que podría ofrecer y las inquietudes que podría compartir con otros abogados que están dando sus primeros pasos en su carrera profesional.

En mi opinión, la clave para el éxito como abogado va más allá de la simple adquisición de conocimientos jurídicos. Es fundamental cultivar una pasión genuina por el trabajo y mantener una disciplina firme que proporcione la motivación necesaria para enfrentar los desafíos del ejercicio profesional. Esta combinación de entusiasmo y dedicación no solo fortalece nuestro compromiso con la profesión, sino que también impulsa nuestro crecimiento personal y nuestra capacidad para brindar un servicio de calidad a los clientes.

En un entorno legal en constante evolución, la especialización se convierte en un requisito indispensable. Sumergirse en áreas específicas del derecho no solo permite destacar en el campo, sino que también otorga una ventaja competitiva al ofrecer un conocimiento más detallado y actualizado.

La formación continua desempeña un papel crucial en el desarrollo profesional del abogado. La actualización constante de conocimientos y habilidades es esencial para adaptarse a los cambios legislativos, jurisprudenciales y tecnológicos que caracterizan el mundo jurídico contemporáneo. Participar en seminarios, cursos de capacitación y actividades de desarrollo profesional enriquece nuestro bagaje intelectual y nos proporciona nuevas perspectivas y herramientas para abordar los casos con eficacia y creatividad.

La combinación de pasión, disciplina, especialización y formación continua es fundamental para alcanzar el éxito y la realización profesional en el ámbito legal.

Noelia Liduina Rebón Rodríguez

Abogada derecho civil y familia, derecho penal y especialista contra el acoso escolar y derechos de la infancia



Además, aprender de los errores es esencial en el camino hacia el éxito. Cada error, grande o pequeño, representa una valiosa oportunidad de crecimiento y aprendizaje. En lugar de temer a los errores, deberíamos abrazarlos como parte del proceso de desarrollo profesional. Admitir y corregir nuestros errores demuestra integridad y profesionalismo, fortaleciendo así la confianza del cliente y nuestra reputación como abogados.

También, nuestra imagen como abogados es primordial en el ejercicio de la profesión. Más allá de nuestros conocimientos jurídicos y experiencia legal, la forma en que nos presentamos y proyectamos nuestra imagen puede tener un impacto significativo en nuestro éxito profesional.

La abogacía en la era digital requiere un equilibrio entre habilidades jurídicas sólidas y una presencia efectiva en las redes sociales. Estar presente en plataformas digitales no solo nos permite promover nuestra práctica legal, sino también interactuar con la audiencia, establecer nuestra autoridad en el campo legal y gestionar nuestra reputación en línea.

Desvelando los secretos del éxito Legal: Consejos para los primeros pasos en la abogacía

Noelia Liduina Rebón Rodríguez

La integridad, la honestidad y el respeto hacia nuestros clientes, colegas y el sistema legal en general son aspectos fundamentales que contribuyen a construir una reputación sólida y confiable en la comunidad legal. Cada acción, por más pequeña que parezca, contribuye a forjar nuestro camino y dejar una huella duradera en la comunidad legal.

Por último, recordemos siempre **la importancia de mantener nuestros valores éticos y profesionales** mientras continuamos creciendo y aprendiendo en nuestro camino como abogados y de seguir adelante con determinación y confianza en nuestra vocación.

En resumen, amigos letrados, aunque la ley pueda ser seria, nosotros no tenemos por qué serlo. ¡Sigamos defendiendo la justicia con una sonrisa en el rostro y un argumento bien afilado en la mano!

Cómo huir del Low Cost si eres Abogado Autónomo

En el mundo de la abogacía, hablar de dinero puede ser un tema delicado, incluso tabú. La abogacía es una profesión que requiere años de estudio y una constante actualización. Cada caso conlleva horas de trabajo, investigación, análisis, búsqueda de jurisprudencia, y todo esto merece una justa compensación.

A pesar de ello, cuando uno abre un despacho y comienza a emprender, parece que deba cobrar menos que sus competidores. Las excusas son muchas: "Acabo de empezar", "No tengo experiencia", "No puedo cobrar lo mismo que un abogado que lleva 20 años ejerciendo". Estas son falacias.

Es entonces cuando uno comienza a reducir los precios y a competir con despachos y servicios jurídicos "low cost". Pero ¿por qué deberíamos hacerlo? Reducir nuestros honorarios al mínimo desvaloriza nuestra profesión.

Debemos valorar nuestro trabajo en su justa medida. La atención personalizada, la estrategia adecuada y ser transparentes a la vez que leales con nuestro cliente, deben ser recompensados. Todos estos elementos se ven comprometidos en el momento que aceptamos una política "low cost".

Por lo tanto, los consejos que ofrezco son los siguientes:

- **Educar al cliente:** Esto es crucial. Debemos hacer ver a los clientes la importancia de contratar servicios legales de calidad. Si quieren seguridad, tranquilidad y un asesoramiento competente, deben estar dispuestos a pagarlo.
- **Ser transparentes:** Si "educar" al cliente es esencial, mucho más es ser honesto con él. Fijar nuestros honorarios de manera justa y, sobre todo, comunicarlo a nuestro cliente debe ser visto como una muestra de profesionalismo y respeto no solo hacia nosotros mismos, sino también hacia aquellas personas que acuden a nuestro despacho en busca de soluciones a sus problemas.
- **Valorar nuestra profesión:** Es preocupante ver cómo se subestima el valor de nuestro trabajo. Los principales culpables somos nosotros mismos. Es imperativo que, como profesionales y empresarios (al fin y al cabo, tenemos un negocio que es nuestro despacho), rechacemos tarifas inadecuadas y valoremos justamente nuestro trabajo.

Carlos Rubio Mazas

Abogado. Presidente de la Agrupación de Abogados Jóvenes de Zaragoza



- **Nunca trabajar sin haber cobrado antes:** Se presupuesta, se acepta el presupuesto por el cliente, se factura y se cobra. Nunca se empieza a trabajar sin haber cobrado, aunque sea al menos una provisión de fondos. Que nadie te engañe, no estamos mercantilizando la profesión. Somos profesionales y queremos ganar dinero como cualquier negocio o empresa.

Hablar de dinero no debe avergonzar, al contrario. Hablar de dinero con claridad y confianza nos hace ser más profesionales, denota confianza en uno mismo y demostramos al cliente que no le vamos a hacer perder el tiempo. Al fin y al cabo, somos empresarios y nuestro objetivo es ganar dinero.

En resumen, abrir un despacho de abogados va mucho más allá de tener un bonito espacio de trabajo y una placa en el portal. A pesar de las presiones para competir con servicios "low cost", debemos mantenernos firmes y no devaluar nuestro trabajo. Recuerda, somos profesionales, somos empresarios, y merecemos ser compensados justamente por nuestro trabajo.

Nuestra reputación nace antes que nuestro despacho y perdurará después de él

Cuando recibí la invitación de Todojuristas para participar en esta Guía reflexioné acerca de aquellos consejos que me hubiese gustado recibir a mi cuando puse en marcha Lecover y aquellas cuestiones que, para mí, han resultado esenciales en este camino.

Sin duda, si hay algo que para mí ha sido casi una obsesión, ha sido la reputación.

La reputación, la exposición, la comunicación son cuestiones altamente complejas, sobre todo al principio, cuando lo único con lo que contamos es con ganas de trabajar y poner en marcha nuestro proyecto, pero, como en mi caso, sin nadie que nos ayude en este tipo de temas.

La excesiva exposición puede llegar a perjudicial, pero si nadie te conoce habrá poco partido que jugar. Qué comunicar y cómo, o a través de qué medios hacerlo son preguntas que yo me hacía constantemente y que, a día de hoy aún me hago.

Es esencial dedicarle tiempo a reflexionar acerca de cómo queremos presentarnos al mundo, qué queremos transmitir, y conseguir que cuando nos conozcan quieran quedarse con nosotros.

Cuando te presentas a ti mismo, la imagen completa tiene que tener sentido, el enfoque completo que le proporcionas a las otras personas la idea de quién eres y qué haces. Una estética incorrecta puede hacer que todo salga mal, por lo que hay que estudiarlo y reflexionarlo todo al detalle, desde las tarjetas de visita, hasta las oficinas y, en la época en la que estamos, y cuando somos abogados (relativamente) jóvenes también las redes sociales que usamos y como las usamos.

La reputación se tarda muchos años en construir y, en cambio, podemos destruirla en cuestión de minutos, por ello hay que tener en cuenta la importancia del rigor, la eliminación del riesgo y saber pedir ayuda cuando la necesitamos. Para ser tomados en serio y hacernos un nombre en el mercado de los servicios profesionales tenemos que demostrar que dominamos la materia a la que nos vamos a dedicar y eso, en la mayoría de los casos no se consigue solo subiendo posts a Instagram.

El boca-oreja ha sido el medio de comunicación y de generación de reputación clásico en el mercado de la abogacía, y a día de hoy, aun existiendo todas las herramientas que tenemos a nuestro alcance, es lo que mejor funciona. Cuando un cliente llega a tu despacho porque te ha visto trabajar en la posición contraria, o porque otro cliente le ha recomendado que se ponga en contacto contigo es una relación de confianza generada desde antes de que nazca, y, si no hay fallo ni error por nuestra parte, será de éxito.

En cualquier caso, es importante también ser conscientes de que al principio no sabemos prácticamente nada de como fundar y gestionar un despacho, y hay que tener en cuenta que no todos los despachos son iguales, hay compañeros que simplemente quieren trabajar de forma independiente y por cuenta propia, y hay otros compañeros que se unen para fundar una firma.

Cristina Lara

CEO de Lecover. Abogada especializada en M&A



Nuestra reputación nace antes que nuestro despacho y perdurará después de él

Cristina Lara

Del mismo modo que no es igual dedicarnos al derecho penal, a familia o a derecho de los negocios. La reputación en cada caso habrá que gestionarla de forma específica. Y lo más probable es que en algún momento nos equivoquemos, o tomemos decisiones que, con el paso del tiempo, concluyamos que fueron equivocadas, pero no pasa nada, los fracasos son los mejores maestros para cualquier organización o proyecto.

En conclusión, hablamos mucho de marca personal últimamente, pero hazme caso, preocúpate por generar una buena reputación, tanto tuya como de tu despacho, y para ganar una excelente reputación piensa a largo plazo y haciendo siempre lo que dices que harás.

Conviértete en un solucionador de problemas

Empieza creando tu empresa jurídica, con vocación y visión. El primer paso es armarte de valor. El segundo decidir la forma jurídica que has de adoptar: empresa o bien autónomo. Ya estás preparado para empezar a materializar tu visión empresarial, seguimos con la consolidación y expansión de tu marca. Algunos consejos sobre el ejercicio profesional por cuenta propia:

- **Analízate:** reconoce tus virtudes y explótalas al máximo.
- **Define y crea una marca que armonice con tu personalidad:** crea un logo, una página web, y diseña una identidad digital que se adecue a ti, y con la que te sientas identificado. No te copies de nadie, crea una marca tuya.
- **Crea protocolos de actuación interna:** firma una hoja de encargo con todos tus clientes, un acuerdo de confidencialidad y protección de datos con tus colaboradores.
- **Sé claro y transparente:** te encontrarás con muchos “actores desvalidos” que interpretan un papel para alcanzar sus objetivos empresariales sin respeto por la profesión. Desmárcate y crea un camino que sea tuyo; con dignidad, pasión y entrega con tu trabajo y tus defendidos.
- **Cuida tu imagen:** demuestra respeto por la profesión y por ti mismo, teniendo una imagen pulcra y elegante.
- **Mantente actualizado:** Consulta el BOE diariamente, inscríbete en editoriales jurídicas.
- **Construye una red de aliados:** allá dónde vayas construye una red de aliados en la profesión con los que puedas compartir ideas, colaborar en diferentes casos, e incluso llevar una co-defensa.
- **Vuélcate en la persona que te confía su futuro:** tu única meta, tu único objetivo es focalizarte en solucionar los problemas de una persona que te confía sus secretos, aquello que le quita el sueño, y aquello le inflige un daño moral. Centra tus conocimientos, y todos tus recursos en solucionar su problema.
- **La especialidad es un mito. Soluciona problemas:** un buen abogado tiene que conocer el derecho en general, y antes de centrarse en una rama concreta en la que se encuentre cómodo tiene que conocer varias ramas del derecho. Todo ello nos permitirá ofrecer una solución más rápida y adecuada a nuestros defendidos, debido a que tendremos una visión global sobre el asunto.
- **Nada es personal, céntrate en hacer lo que toca:** cualquier resolución sobre un caso, no es definitiva. Es importante que te centres y enfoques en la mejora continua de tus habilidades técnicas, y empáticas para que una victoria grande no frene para continuar creciendo y aprendiendo.

Emma Hakobyan

Abogada. Vicepresidenta de la comisión de Justicia Penal Internacional y Derechos Humanos del Ilustre Colegio de la Abogacía de Barcelona.



Conviértete en un
solucionador de
problemas

Emma Hakobyan

·**Trabajas por y para tu defendido:** intenta no equiparar tu ego al de aquellos profesionales que pretenden acaparar atención que no les toca. Si una persona te cede la defensa de sus intereses, tu trabajo es la defensa de sus intereses. Tu objetivo no es ser exitoso a costa de las desgracias e infortunios ajenos, es el uso de tu don para ofrecer una segunda oportunidad a una persona que cree que la ha perdido.

·**Ten hobbies y nunca confíes en una persona que no los tiene:** busca aficiones para estar conectado contigo mismo y tener temas de conversación interesantes que mantener. No te conviertas en una persona aburrida que se refugia en el trabajo porque no es capaz de mantener una conversación o diversión interna.

Comenzar de forma tardía en la Abogacía ¿Es beneficiosa la experiencia previa en otros sectores?

Sí, me ratifico de forma explícita que es muy beneficiosa la experiencia previa de haber trabajado en otros sectores profesionales pues te aporta:

1.Una visión más generalizada y amplia que te va a servir y mucho, cómo una gran herramienta para el sector jurídico en el que te vas a desenvolver.

2.Experiencia en negociación, que te aporta recursos para la mediación y negociación en los acuerdos previos a los juicios o pactos con la parte contraria, que siempre son muy beneficiosos en determinados casos.

3.Actitud comercial, te aporta estrategias de ventas, de pactos. No olvidemos que tu bufete, a fin de cuentas, es una empresa, cuya meta es crecer en clientes y casos y expandirse en un futuro.

4.Actitud empresarial, pues tienes que manejar tu despacho como una empresa que debe generar unos beneficios a corto y medio plazo, y con unos objetivos marcados para progresar y manejarte bien en el sector.

5.Atención al cliente. “Cómo tratar al cliente en el bufete”. Muy importante. Tratamos con personas en situaciones límite con problemas serios, y debemos tener un especial tacto en cómo tratarlos y cómo dirigirlos a través de un procedimiento judicial de una forma respetuosa y educada.

6.Autonomía y responsabilidad. Tu despacho es tu empresa y debes saber guiarlo, y administrarlo como otra empresa más. Gestionar tu despacho es fundamental para tu éxito en este difícil mundo jurídico en el que te vas a mover. Tu trabajo administrativo previo en la empresa privada o pública puede ayudarte a gestionar tu despacho de forma ordenada.

7.Trabajar en otros sectores te puede aportar distintas estrategias y perspectivas interesantes: Visión comercial, ponerte y crear sinergias con la otra parte para la mediación o pactos; visión más generalista de los casos o pleitos de tu bufete, desde otros ángulos y no la estrictamente jurídica y procesal o también la oratoria y “soltura comercial” necesaria para hablar en sala, para tratar de convencer al Juez, y a la otra parte tan importante en esta profesión de letrado.

Juan Oliver

Abogado en Oliver Abogados



Ciberseguridad en el ejercicio de la abogacía

No es un hecho baladí en la actual digitalización del mundo corporativo el mantener a salvo tus activos electrónicos y prueba de ello son las constantes publicaciones de ataques informáticos a distintas empresas e instituciones. Además, en el ejercicio de la abogacía tenemos que dar un plus de protección, debido a la categoría de datos personales que tratamos en nuestros despachos. “No siendo la ciberseguridad en el ejercicio de la abogacía una opción, sino una obligación legal, acorde al actual Reglamento Europeo de Protección de Datos”.

En este sentido, vamos a dar a los abogados herramientas y sistemas de trabajo, para que puedan maximizar la seguridad de la información de sus despachos, todo ello desde el diseño y por defecto, y acorde al actual estado de la técnica, dividiendo el nivel de protección en las siguientes áreas de trabajo:

•**Correo electrónico:** el principal vector de ataque de los cibercriminales y brecha de privacidad en cuanto a **confidencialidad** de la información y **disponibilidad** del servicio. A este respecto, la principal medida de seguridad es utilizar proveedores de servicios que permitan la configuración con un **doble factor de autenticación**. Además, de utilizar envíos confidenciales con un plus de protección en aquellas comunicaciones con datos sensibles o, en caso contrario, mandar simplemente la información en **fichero ZIP** protegido con contraseña. Si queremos darle un plus de seguridad podemos utilizar la **firma electrónica** para garantizar la **integridad** del contenido y la **identificación** del remitente, más allá de la dirección de correo.

•**Seguridad en equipo informático:** es esencial que el letrado se acostumbre a trabajar en sus propios equipos informáticos bajo los **permisos de usuario** y no de administrador, esto puede hacer que, a la hora de ejecutarse un **malware**, salga un aviso al usuario pidiendo permiso de administrador para su ejecución, hecho que nos pondrá en sobre aviso que ese fichero no es lo que aparentemente parece ser. Es interesante trabajar con **carpetas sincronizadas** en la nube, con el fin de trabajar bajo un solo documento, pero debemos de conocer, como potencial riesgo que en una infección del equipo el virus podría llegar a infectar los ficheros de la nube. Por último, y es obvio decirlo, pero hay que advertirlo el obligado uso software original y actualizado, al igual que un antivirus.

•**Cloud computing:** bajo mi percepción profesional, siempre está más segura la información del despacho en la nube que en nuestros propios equipos informáticos, en los que podemos sufrir un robo, una caída, etc.; para maximizar la seguridad es evidente configurar este servicio con un **doble factor de autenticación** para su acceso, así como **limitar los permisos** de los usuarios, si trabajamos en una nube corporativa con varios miembros del despacho. Y ojo debemos de configurar que la **región** donde se encuentran nuestros datos sea territorio de la Unión Europea, con el fin de **evitar transferencias internacionales** de datos personales.

•**Copias de seguridad:** a recomendaciones de la Agencia Española de Protección de Datos, las copias de seguridad deben de tener una **periodicidad semanal** como máximo, siendo estas el principal **antídoto** para ataques **ransomware** de cifrado de datos.

Juan Carlos Fernández Martínez

Abogado. CEO de Tecnogados. Despacho especialista en derecho tecnológico, protección de datos y ciberseguridad



·**CiberResiliencia:** Una vez que conoces las **amenazas** a las que se expone tu despacho, aplica de **antemano** **protocolos** de actuación y cuenta con un equipo de profesionales que actuarían en caso de producirse, con el fin de poder **recuperar** tu entorno corporativo en el **mínimo tiempo** posible y con la mínima pérdida de **información**.

En conclusión, estos serían los principales vectores de ataque a cubrir para un despacho de abogados, sabiendo de antemano que no existe el cien por cien en ciberseguridad, pero podemos aplicar el **principio de Pareto**: 20 % de esfuerzo para conseguir el 80% de la ciberseguridad de la información de nuestra organización.

Ilusión mato mi consciencia

Nunca había pensado en crear un despacho, la independencia, y crear mi propio despacho me llamo. Introducir automatizaciones en la gestión e intentar dar un trato personalizado era el reto.

Todo se inició con un pequeño pero completo plan de viabilidad que estableció los elementos esenciales de un proyecto.

En este plan se debe contestar a preguntas importantes como ¿Qué?, ¿Dónde?, ¿Por qué? ¿Cuándo? y ¿Cómo?; el corazón frente a estructura.

La disciplina de trabajo, las metas a corto, medio y largo plazo ayudaron a evitar cualquier tipo de frustraciones y mantenerme motivado.

La ilusión cegaba las críticas, animaba el corazón y obviaba los problemas.

Los tres pilares del proyecto fueron formación, marca personal y publicidad, y organización y gestión del tiempo.

1. Formación

Debía ser bueno en lo que hacía y para eso debía tener formación y experiencia, y la experiencia solo la podría suplir con más formación, especializándome y siendo de los mejores en las materias que quisiese llevar. Sin eso era un profesional vulnerable.

2. Marca Personal y publicidad

Mis debilidades serían mis fortalezas, era joven, desconocido y empezaba de cero, debía de tener un espacio que aportase seguridad al cliente, y tenía que captar clientes, y para ello inicié varios sistemas de captación:

- Publicidad en páginas amarillas, el Google de ahora.
- Realice un listado de todas las personas que conocía tanto yo como mi entorno para explicar a lo que me dedicaba, fue una época de repartir tarjetas, de hablar, de café, de venderme...
- Los cursos que realizaba me daban contactos e imagen.
- La imagen, el boca a boca como elemento esencial de la comunicación a largo plazo, el denominado ahora Brand awareness.

3. Organización y Gestión del Tiempo

Necesitaba organizar todo para poder sacar adelante el proyecto. Para obtener formación, poder pagar publicidad y mantener mi despacho también necesitaba otro elemento esencial: el dinero y en consecuencia tenía que buscar fuentes de ingresos.

Los ingresos por mi labor como abogado el primer año presupuestados rozaban lo ridículo, por lo que opte por la vía fácil, madrugar y trabajar de 6 a 10 de la mañana, estos ingresos me servían para mantener los gastos de despacho y publicidad, así como pagar la habitación del piso que compartía con otros dos amigos.

Guillermo Plaza Escribano

Abogado en Agut & Plaza



Ilusión mato mi conciencia

Guillermo Plaza Escribano

Por las tardes asistía a un título superior de mediación familiar y derecho de familia, y entre medias analizaba sentencias para una empresa burgalesa, esto no era suficiente por lo que tuve que pedir algo de dinero prestado que con orgullo fui devolviendo.

Cada llamada al teléfono del despacho era crucial, el trato esencial, el resultado vital, eso me obligaba a buscar la excelencia.

Pero el proyecto era a cinco años y la frustración por perder, por no captar, o por ver que cada vez necesitaba más formación no podía marcar mi camino. Me movía la idea de que con cada paso se hacía camino, que todo era una partida iniciada del Age of Empires y que para llegar a algo grande tenía que conseguirlo a través de unos buenos cimientos.

He aprendido de la autocrítica, de mis fracasos y de las victorias, unos para corregir otros para mejorar y de los dos para no confiarme. La persistencia movida por la ilusión fue uno de los valores esenciales; caí en la arrogancia provocando el exceso de confianza y por ende mi debilidad, pero aprendí que esta profesión pronto te pone en tu sitio.

Sí aceptas el desafío de crear tu propio despacho iniciarás una enorme aventura en la que tendrás pruebas diariamente, donde pondrás al límite tus capacidades, tendrás alegrías, pero recordarás las penas, donde tu esfuerzo y el resultado de este será puesto en duda por ti y por los que te rodean constantemente.

Solo si tu ilusión empaña la conciencia, solo si decides que el miedo es menos importante que la profesión, solo si la persistencia, disciplina y animo te acompañan podrás conseguir este objetivo, y si no, igual también.

La vida de una abogada separada, madre x2 y autónoma en Madrid

Soy de un pueblo pequeño de Ávila. Con 18 años recién cumplidos y sin haber salido del pueblo más que para ir de viaje de fin de curso a Mallorca me fui a estudiar derecho a Salamanca. Viví 5 años en pisos compartidos, conocí gente de toda España y hasta de varios países.

Aunque mi idea era seguir viviendo en Salamanca, el amor me trajo a Madrid, donde llevo casi 20 años. Aquí tuve mi primer juicio en el año 2006, aquí nacieron mis dos peques en 2014 y 2018 y aquí he sido y soy feliz, aunque el amor se haya acabado hace unos meses.

- **Abogada de familia separada y con dos hijas**

Cuando eso pasa, que nunca es de un día para otro, el mundo se tambalea, más sin trabajo/sueldo fijo, sin familia, sin una red por si te caes. Pero no me he caído, la verdad, he seguido viviendo la vida que he elegido, que no es fácil, pero ante todo es la mía, y desde luego aburrida no es, entre las anécdotas del ejercicio profesional y mi propia vida personal escribiría un libro, si tuviera tiempo y supiera escribir algo que no sean escritos jurídicos.

- **Las niñas: el eje de mi mundo**

Como madre y abogada de familia, me ayuda a no perder el equilibrio entre las diferentes capas que componen la vida el tener claro que el eje, la barra que sostiene mi mundo, son mis dos niñas. Y por ellas hay que relativizar a veces las cosas, porque un escrito al juzgado me puede estar quedando precioso, o me puede apetecer mucho un evento, pero si me llaman del colegio que una de las niñas se ha puesto mala tengo que ir, y se te ordenan las prioridades de golpe.

Menos mal que son niñas sanas, fuertes, divertidas, sociables, me lo ponen muy fácil, pero son niñas pequeñas y eso solo lo cambia el paso del tiempo (y me gustaría pararlo y que se queden así para siempre).

- **La tecnología, esa gran aliada (cuando funciona)**

A mí me ha ayudado a conciliar el poder trabajar desde casa, pues como abogada solo necesito un ordenador con los expedientes, internet y mi cabeza, para trabajar desde cualquier sitio. Cada vez más clientes prefieren reuniones online para no invertir tiempo en desplazarse y aunque siempre he sido defensora de lo presencial, de lo físico, de mirar a los ojos, he de reconocer que la tecnología es muy útil y ha venido para quedarse.

Belén García López

Abogada de familia



- **La conciliación laboral y familiar, esa utopía**

No tener un horario ni un jefe, ¿ayuda a conciliar la vida profesional con la maternidad? Sí, pero no es oro todo lo que reluce: no tienes horario, pero eso también hace que no desconectes, no acabes nunca la jornada, trabajes de noche o en fines de semana, revises mails en el metro, pienses en algunos clientes y sus problemas a todas horas, a veces hasta sueños. No tienes vacaciones pagadas, sino cierre patronal: yo cierro agosto y no percibo ingresos, pero sí que tengo que pagar el alquiler del despacho, la cuota colegial, la cuota de autónomos/mutualidad, etc. Pero también puedo cogerme la tarde para ir a ver las funciones del cole, o ir con ellas a los cumpleaños infantiles (planazo, jeje).

- **Un juicio online con Alicante y la niña mala en el salón**

Hace un mes tenía señalado juicio penal en Alicante, por impago de pensión de alimentos, solicité al Juzgado asistir de forma telemática por economía tanto de mi cliente como de tiempos, y me lo admitieron. Y menos mal, porque ese día tuve a una de las peques en el salón, malita, y yo celebrando el juicio desde el mini despacho que tengo en casa para cuando no voy al oficial. Duró media hora y la niña mientras pues viendo dibujos. Estuve en tensión por si se ponía peor o se materializaba ante la cámara, pero no. Todo salió bien y además gané el juicio. Maravilla de tecnología.

- **Reflexión para progenitores separados, desde mi experiencia**

Si has compartido media vida (o al menos varios años y has decidido tener un hijo con esa persona) por algo será y no parece muy inteligente pasar del amor al odio, sobre todo teniendo pequeñas personitas en formación entre nuestras manos. Mejor amigos, o al menos progenitores que se respetan y se ayudan, si es necesario, que enemigos. En la vida, y en la crianza de los hijos, mejor al lado que enfrente.

El poder del “foco en cliente” a través del enfoque en la contextualización del proyecto

De la última etapa de mi trayectoria profesional como socia y emprendedora en Lawyers for Projects destacaría lo fascinante y a la vez retador que me resulta la posición de Client Solutions, consistente, esencialmente, en poner foco en el “cómo” dar respuesta a las necesidades de nuestros clientes, grandes y medianas empresas.

Mientras que el rol del abogado tradicionalmente se ha centrado en el desarrollo de la habilidad técnico-jurídica, el enfoque desde la perspectiva de la Client Solutions implica poner especial atención en el entendimiento de las necesidades de los clientes con una mirada más amplia y estratégica, persiguiendo el objetivo de ofrecer soluciones que, además de cumplir con su propósito desde el ángulo técnico-jurídico, resulten eficientes y ajustadas. En este contexto, juega un papel esencial el desarrollo de habilidades como gestión de proyectos (“legal project management”), el análisis de datos y el diseño de procesos.

Me parece especialmente interesante en la prestación de servicios legales/fiscales considerar el encargo profesional desde la óptica de la “Solución a Cliente”, por cuanto implica una proximidad a cliente muy atractiva que se inicia con la comprensión y el dimensionamiento de la necesidad del cliente -labor que se realiza juntamente con el cliente-, coincidiendo más con la figura de socio estratégico que de asesor externo.

Esta primera fase del proyecto implica reflexión y es especialmente creativa. La creatividad es algo que, a los abogados nos gusta desarrollar, aunque en ocasiones resulte incómodo salir de nuestra zona de confort. Tomar tiempo para dimensionar en colaboración con el cliente y el alcance del proyecto tiene un impacto directo en proporcionar soluciones ajustadas no solo desde la perspectiva técnico-jurídica sino como desde la “experiencia de usuario”, redundando en que la expectativa del proyecto se defina con mayor precisión.

La gestión de expectativas es fundamental para que el delivery del servicio resulte redondo. Acotar el verdadero propósito de la colaboración al inicio del proyecto representa en muy buena medida el éxito de la prestación del servicio, si entendemos el éxito como el cumplimiento de la expectativa del cliente.

Además, la configuración de un proyecto legal/fiscal desde esta perspectiva permite al profesional expandir el alcance de la colaboración más allá de la era resolución del proyecto concreto involucrándose en la optimización operativa y estratégica de asesoría jurídica de la empresa y/o de la propia empresa. Esto incluye la identificación de oportunidades para mejorar la eficiencia o la reducción de costes, resultando esta contribución, eventualmente, de igual valor al de la solución técnico-jurídica.

En resumen, considerar el “qué” y el “cómo” para plantear la colaboración a cliente implica una interesante labor por parte del abogado que redundará en proyectos definidos con soluciones creativas que resultan enormemente satisfactorias para todas las partes involucradas: ¡Que la urgencia no nos impida tomarnos tiempo para el análisis, reflexión y desarrollo de otras habilidades -adicionales a las técnico-jurídicas-, que sin duda capitalizaremos muy positivamente!

Raquel Arenas

Socia-emprendedora en Lawyers for Projects. Responsable de Client Solutions

