

Crece el interés del sector legal

Los bufetes españoles han intensificado en los últimos años sus planes estratégicos de crecimiento internacional. Latinoamérica se mantiene como la zona que más interés despierta para el mercado legal, una tendencia que va a continuar.

Laura Saiz

Latinoamérica sigue siendo el destino estrella de los bufetes de abogados españoles. Aunque los planes de expansión internacional se han potenciado y ampliado en los últimos años a destinos menos habituales, situados en África o Asia, el interés del mercado legal no ha decaído por una región en la que no para de crecer la actividad de las empresas nacionales, sus grandes clientes.

Javier Ybáñez, socio responsable de Latinoamérica de Garrigues, confirma esta tendencia, que no va a parar en los próximos años, y advierte del auge de la competencia, lo que obligará a las firmas españolas a aumentar sus esfuerzos por hacerse un hueco en estos mercados: "Para los despachos de origen anglosajón, Asia seguirá siendo decisiva, aunque también pensarán en Latinoamérica y es posible que en África".

Precisamente, para Garrigues, el comportamiento de sus oficinas en el exterior, de las que ya procede el 12,6% de su facturación, ha sido especialmente notable en los últimos meses. En este sentido, los ingresos obtenidos por el bufete presidido por Fernando Vives en 2017 en Latinoamérica crecieron alrededor de un 30%, hasta superar los 23 millones de euros.

Aunque ya tiene oficinas propias en Chile, Perú, México, Colombia y Brasil, Garrigues ampliará su presencia en la región. Los próximos objetivos están en Argentina o Centroamérica, aunque Uruguay también se encuentra en la terna de posibles próximos destinos.

El plan de Garrigues no es único en la región, ya que otros grandes bufetes han anunciado su interés en crecer en la zona. Por ejemplo, Cuatrecasas ha confirmado que está en negociaciones para sumar Perú a su lista, un país que el presidente ejecutivo, Rafael Fontana, define como "muy institucionalizado", por lo que su modelo de entrada será a través de una alianza con un despacho de primer nivel, como ya han hecho en Colombia con Posse Herrera Ruiz.

La elección de Perú por parte de Cuatrecasas responde al potencial de este país

DESPACHOS ESPAÑOLES QUE OPERAN EN LATINOAMÉRICA



Expansión

Fuente: Elaboración propia con datos de las entidades

Los países más destacados

- **México** es el país que cuenta con una mayor presencia de bufetes españoles, tanto con oficinas propias como con otro tipo de fórmulas de entrada.

- Debido a que **Brasil** mantiene el sector legal sin liberalizar, los despachos españoles han firmado alianzas con bufetes locales. Este inconveniente no ha frenado el interés de este mercado, con una de las economías más punteras.

- **Centroamérica** está ganando, poco a poco, el interés de las firmas internacionales. La poca madurez del sector legal en esta zona está atrayendo cada día más bufetes, que quieren posicionarse antes de que llegue la competencia.

- El interés de los bufetes españoles por **Colombia** no ha decaído en los últimos años. Los modelos de entrada en este país son diversos, aunque las alianzas con firmas punteras es el más habitual en esta región por la fuerza de los despachos locales.

frente a otras economías. Lo confirma Michelle Barclay, socia del departamento de mercantil de CMS Grau, que ve a Perú como uno de los países con más oportunidades dentro de Latinoamérica para las firmas legales: "Hay mucho potencial de crecimiento y el mercado es bastante competitivo".

Garrigues y Cuatrecasas no serán los únicos bufetes que amplíen su presencia en Latinoamérica en los próximos años. Marc Gericó, socio director de la consultora especializada Gericó Associates, confirma que "a corto y medio plazo, seguiremos siendo testigos de la entrada de más firmas internacionales, atraídas por las posibilidades que ofrecen unas mayores regulaciones (de cara sobre todo a cumplir con estándares inter-

El crecimiento de la estabilidad política de algunos países está aumentando la entrada de inversores

Los grandes despachos se fijan en Centroamérica, Argentina o Perú como futuras plazas

Las alianzas son adecuadas para las firmas que no pueden asumir los costes de una oficina propia

nacionales que creen un clima favorable para la inversión) y una mayor estabilidad política en la región". En este sentido, el experto considera que varios sectores, como bienes raíces, infraestructura, energía y turismo, serán los que acaparen el interés de las empresas internacionales y, por tanto, de la llegada de su equipo de asesores.

En este sentido, Bernardo Gutiérrez de la Roza, consejero delegado de Ontier, que opera en una decena de países latinoamericanos, lo tiene claro y asegura que estos mercados "serán grandes protagonistas en la economía mundial durante los próximos años".

Por este motivo, los bufetes que o bien no tienen músculo financiero suficiente para abrir oficinas propias o bien

prefieren no limitar su estrategia a una alianza individual están intensificando la entrada en redes internacionales para cubrir su presencia en Latinoamérica.

En esta línea, Mercedes Caral, socia de Jausas, señala que "la pertenencia a asociaciones o a redes y alianzas internacionales permite resolver el reto comercial al que se enfrentan los despachos día a día, que es dar respuesta a unos clientes que en la mayoría de los casos tienen intereses fuera de nuestras fronteras".

No obstante, hay casi tantas alianzas internacionales como despachos, por lo que es importante hacer un estudio detallado de los pros y contras de cada una de ellas antes de apuntarse a alguna y, en muchos casos, pagar la corres-

pondiente cuota anual por ser uno de sus miembros. En ocasiones, el interés estará por el número de países en los que está presente y, en otras, por una mayor especialización cuando se trata de firmas tipo *boutique* enfocadas a una práctica concreta.

Precisamente, de este análisis previo dependerá, en buena parte, el éxito de la estrategia de internacionalización a través de redes. Una vez aceptado, el trabajo para un bufete no acaba aquí, ya que la participación internacional exige viajar mucho para conocer a los socios más afines dentro de cada una de las redes, sobre todo en aquellas asociaciones de gran tamaño que cubren más de 50 jurisdicciones o que cuentan con más de un centenar de firmas implicadas.