

Cinco requisitos para montar un despacho virtual con éxito

El negocio de los servicios jurídicos online empieza a despegar en España. Estandarizar servicios, reducir los precios y ofrecer contenidos especializados son algunas claves para emprender en Internet.

Sergio Saiz, Madrid

Encontrar a un abogado utilizando sólo Internet es casi ciencia ficción en España. Sin embargo, los despachos virtuales ya son una realidad en muchos países, principalmente en Estados Unidos, pioneros a la hora de utilizar las nuevas tecnologías para comunicarse con los clientes.

Aun así, Burton Law, la firma de referencia en este ámbito, no tiene más de cuatro años de vida, por lo que la teoría sobre cómo montar un despacho online es todavía muy intuitiva. Es más, en España, no sólo no hay bufetes virtuales, sino que tampoco hay ninguno tradicional que permita contratar sus servicios a través de la Red, como ocurre con una agencia de viajes o una tienda de ropa, que pueden combinar los establecimientos físicos con un canal online.

De momento, este mercado lo están abriendo en España pequeñas plataformas que ofrecen servicios jurídicos de manera limitada: comparativas de precios, directorios de contactos o redes profesionales, que aprovechan que el 46% de los clientes de bufetes busca abogado a través de Internet. Sin embargo, un verdadero despacho virtual "ofrece todo el servicio, desde la búsqueda del abogado hasta la contratación, el pago e incluso el control y el seguimiento del proceso legal", ex-



El uso de nuevas tecnologías permite reducir a la mitad los costes de un bufete.

El 46% de los demandantes de servicios legales utiliza Internet para encontrar abogado

plica Jordi Estalella, consultor del máster universitario de Abogacía de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), dirigido por Blanca Torrubia.

Jóvenes emprendedores

En su opinión, a diferencia de Estados Unidos, donde las primeras iniciativas de bufetes online han surgido de reputados abogados que han utilizado su prestigio para establecerse en Internet, en España el cambio de modelo vendrá de la mano de jóvenes dispuestos a utilizar la Red como una oportunidad profesio-

Estados Unidos, referente a seguir

La historia corporativa de los despachos virtuales es muy reciente, ya que la primera firma de este tipo no se fundó hasta 2009 en Estados Unidos. Desde entonces, se han probado numerosas iniciativas, desde ofrecer asesoramiento estándar gratuito hasta permitir que sea el cliente quien fije el precio de una consulta en función de la extensión de la respuesta y de la urgencia con la que la necesita. En procesos básicos y estandarizados, lo que triunfa es el bajo coste.

La confianza de los usuarios sigue siendo el principal obstáculo de los despachos online

sional, o bien de empresarios ajenos al mundo de la abogacía con ganas de invertir en un nuevo modelo de negocio.

Estas firmas online surgen de la necesidad de ofrecer asesoramiento legal de una manera sencilla y barata en casos estandarizados como, por ejemplo, los divorcios, que en algunos países ya se están automatizando.

Estalella explica que los precios respecto a un despacho tradicional pueden reducirse hasta un 40%, ya que el abogado, si bien necesita un lugar desde donde trabajar,

no tiene que hacer frente a los gastos que supone una sede preparada para recibir visitas en una de las zonas más exclusivas de la ciudad.

Aun así, todavía hay que superar un gran obstáculo para que esta fórmula despegue definitivamente y se convierta en una alternativa real: la confianza del usuario. El experto de la UOC asegura que ya existen comparadores que miden la reputación de los abogados y la calidad de su trabajo, similar a los que se han puesto de moda en sectores como el turismo, donde son los propios clientes quienes comparten su experiencia con otros internautas.

Riesgos

Si Internet es una oportunidad para los nuevos abogados, la transparencia y los estándares de calidad que exige también representan un desafío, que de no manejarse adecuadamente, pueden dar al traste con el bufete virtual.

La seguridad, la tecnología, el marketing, los contenidos, el tipo de servicio e incluso el ámbito geográfico donde se va a operar son elementos que hay que analizar. Aunque en países como en Estados Unidos los despachos virtuales ya han probado con éxito su modelo, en España, los expertos calculan que todavía habrá que esperar una década para que estalle el boom de los negocios jurídicos online.

PODER JUDICIAL

Jueces y fiscales quieren llevar a Europa sus problemas con Gallardón

A.V. Madrid

La Comisión Interasociativa de jueces y fiscales, entidad que congrega a todas las agrupaciones de estos dos cuerpos, quiere trasladar a la Unión Europea el pulso que actualmente mantiene con el ministro de Justicia, Alberto Ruiz-Gallardón, por las reformas del Ministerio y, en especial, la que atañe al Consejo General del Poder Judicial (CGPJ).

Para ello, pedirán entrevistarse con la comisaria de Justicia, Viviane Reding, a quien harán llegar un estudio comparativo sobre el grado de "democracia e independencia del Poder Judicial en España, respecto al resto de países europeos".

Las asociaciones de jueces y fiscales, que denuncian que el PP y el PSOE han llegado a un pacto para repartirse el CGPJ, creen que es "el mayor ataque a la separación de poderes y la independencia del Poder Judicial". Entre otras cosas, temen que, con el nuevo modelo, criterios políticos intervengan en decisiones como la de reforzar o no los órganos que instruyen causas de corrupción.

ESTRATEGIA

Pérez+Partners asesora la fusión de dos bufetes ecuatorianos

C. García-León, Madrid

La consultora española de estrategia para despachos de abogados Pérez+Partners ha asesorado la reciente fusión de los bufetes ecuatorianos Corral & Rosales (Quito) y Carmigniani Pérez Abogados (Guayaquil) que ha dado lugar a una de las principales firmas de abogados del país.

Con la integración de ambos despachos se unen dos realidades económico-jurídicas de Ecuador que representan estas dos ciudades.

La nueva firma cuenta con 34 abogados, nueve de ellos socios. "Lo más importante de la fusión ha sido enfocar cualquier decisión al beneficio del cliente teniendo presentes a todos los miembros de ambas firmas y no sólo a sus socios", afirma José Luis Pérez, que ha liderado el proyecto desde hace meses.

Guía para crear una firma en Internet



Contenidos

El marketing de contenidos es clave para dar a conocer un bufete virtual. Se trata de ofrecer consejos gratuitos sobre aspectos legales que sean fáciles de entender. Para generar tráfico, hay que actualizar una o dos entradas cada semana durante el primer año y enlazar con otras fuentes de información para posicionar el portal web del despacho en los buscadores como Google.



Especialización

La clave de un bufete virtual es ser una herramienta útil, que ofrezca asistencia legal muy especializada, de forma que el abogado y su firma se conviertan en una referencia en su campo. También ofrece calidad, es una forma de generar confianza entre los usuarios. Además, con los comparadores online, es la única forma de garantizar un buen servicio a un precio competitivo.



Seguridad

La confidencialidad es una señal de identidad de cualquier bufete de abogados. Por eso, no hay que perder de vista los aspectos más técnicos, como el encriptado de las comunicaciones con el cliente, de forma que sea seguro compartir información y no haya filtraciones. Es necesario también asegurar las contraseñas de los clientes.



Reducir precios

Además de la facilidad de acceso y la comodidad, el gran atractivo de un despacho virtual es el precio, que puede recortar en hasta un 40% respecto a una firma tradicional. Es necesario repercutir en los clientes el ahorro de costes de no tener una estructura física grande. Además, los comparadores online sirven para presionar a la baja a la hora de fijar las tarifas por los servicios.



Transparencia

Al tratarse de un servicio nuevo, se requiere de máxima transparencia para ganarse la confianza de los usuarios. Hay que explicarle por qué el precio es más barato que el de otros competidores, cómo puede interactuar con su abogado o acceso rápido y directo a todos los detalles del proceso legal. Informar sobre la zona geográfica que cubre el despacho o el tipo de práctica en la que destaca.