

## MANAGEMENT PARA ABOGADOS

## ¿Cómo se debe elegir al mejor socio para trabajar en un despacho de abogados?

**L**a búsqueda de un nuevo socio es un proceso largo y complejo en el que todas las partes deben estar convencidas de lo positivo del cambio. En los últimos años, el incremento de tamaño de las firmas, la entrada de nuevos jugadores y la superación del miedo al cambio han potenciado las contrataciones de socios, dando lugar a nuevas pautas de admisión de los mismos, las cuales trataremos de resumir en este artículo.

Decidida la incorporación de un nuevo socio, el Despacho designará un socio responsable del proyecto que le dedique las horas necesarias, y sea el único interlocutor con los potenciales candidatos hasta que se tome una decisión sobre un finalista. Este socio garantizará la confidencialidad del proceso, y se abstendrá de comentar potenciales candidaturas con terceros. Las entrevistas servirán para evaluar solidez

**IGNACIO BAO**

SOCIO DIRECTOR DE BAO &amp; PARTNERS



técnica y buen ejercicio profesional, bases para continuar la selección. También se elaborará un plan de negocio y se garantizará el éxito del proceso, verificando que las culturas de candidato y firma encajan.

Definir la cultura de un despacho no es tarea sencilla pero si tuviéramos que hacer una breve guía descriptiva, los parámetros a definir serían: proceso de incorporación de jóvenes titulados: Universidades de las que provienen, si se les exige una nota media en el expediente; carrera profesional en el despacho: formas de promoción, requisitos para llegar a socio dentro de la firma; despacho nacional o internacional; fac-

turación: exigible de horas facturadas a clientes de un asociado y de un socio; coste medio de un equipo; si se factura sobre horas imputadas o es un cálculo a tanto alzado; origen de los socios, modo de gobernar el despacho; las diferentes respuestas configuran un modelo cultural. Sólo si el candidato se adecua al modelo, el proceso será un éxito; por último, antes de cerrar el proceso de incorporación deberemos realizar, con el consentimiento del candidato, una exhaustiva toma de referencias que nos permita verificar aspectos de su capacidad de relación con clientes, subordinados e iguales.

Este es un proceso que lleva tiempo, entre tres y seis meses, y en el que la guía debe ser, sobre todo, el respeto a personas y organizaciones.

M&amp;A

marketing para abogados