

La globalización legal en Latinoamérica



RAFAEL
SUÁREZ
DE LEZO
SOCIO DIRECTOR
DE CMS ESPAÑA

Desde comienzos de 1990, el mercado jurídico español evolucionó enormemente con la llegada de los despachos internacionales, en un proceso que está comenzando a replicar en Latinoamérica. En España, la experiencia de 25 años de presencia masiva de firmas extranjeras ha supuesto consecuencias que, anticipamos, se darán también en la región.

Las firmas extranjeras se asentaron en España siguiendo dos modelos: unas decidieron crear su propia oficina, reclutando abogados de prestigio de otros despachos y otras prefirieron ofrecer su incorporación a un despacho ya existente.

Nuestra creencia inicial de que las nuevas oficinas internacionales en España no podían dar el servicio que dábamos los despachos locales, con nuestra antigüedad y experiencia, pronto se disipó y los despachos extranjeros demostraron que podían competir sin que los clientes apreciaran diferencias.

Así, las firmas españolas vivimos la sorpresa de que nuestros antiguos corresponsales y

semi-socios ingleses, que nos referían asuntos, se convirtieron en competidores.

Tras más de dos décadas desde la llegada de firmas extranjeras en España, la experiencia ha demostrado dos consecuencias que los despachos latinoamericanos no deberían ignorar: que se compite mejor estando en una organización global y que en las firmas internacionales, la toma de decisiones se hace fundamentalmente a nivel internacional.

LAS FIRMAS INTERNACIONALES PRESENTES EN LATINOAMÉRICA SERÁN MÁS COMPETITIVAS, EN MUCHOS CASOS, QUE LAS NACIONALES

La madurez de los mercados latinoamericanos está atrayendo a las firmas extranjeras y en este proceso ocurrirá lo mismo

que en España: habrá firmas que reclutarán abogados de prestigio para establecer sus oficinas latinoamericanas y habrá otras que absorberán despachos existentes. Los bufetes internacionales presentes en Latinoamérica serán más competitivos, en muchos casos, que las nacionales, y la toma de decisiones relevantes en las propias firmas se desplazará de Santiago, Bogotá o Lima a Londres, Madrid o Nueva York.

Los clientes multinacionales terminarán siéndolo más de los despachos internacionales que de los locales, como ocurrió en España cuando los despachos ingleses que trabajaban en la City con clientes internacionales en España fueron ganándose la confianza de éstos para que sus equipos españoles les asesoraran. Así, los despachos españoles con larga tradición vieron cómo las multinacionales dejaban de lado las firmas locales y empezaban a trabajar con los despachos internacionales que se habían instalado en el país.

El caso de CMS, firma global presente en 34 países, muestra

un enfoque diferente al de otros despachos. Esta firma no se identifica como inglesa o española, sino como una Aeié (Agrupación Europea de Interés Económico), cuyos miembros son titulares conjuntos de la marca CMS que conservan su identidad y singularidad locales en sus jurisdicciones. En este formato se aúnan las ventajas de una firma internacional, con apoyos específicos desde el Comité Ejecutivo, con independencia para la toma de decisiones locales, incluyendo el nombramiento de socios, entre otros.

En este proceso de aterrizaje de las firmas internacionales en Latinoamérica hay una realidad muy contundente: todas las interesadas en la región, independientemente del formato en el que trabajen, están atentas a la agilidad de las firmas más representativas a nivel local para entender y adaptarse a esta nueva realidad. Desde la experiencia ibérica, insertarse oportuna y ágilmente en la dinámica global del sector es probablemente la mejor lección aprendida que podríamos transmitir.

LAS OPINIONES EXPRESADAS POR LOS COLUMNISTAS SON LIBRES E INDEPENDIENTES Y DE ELLAS SON RESPONSABLES SUS AUTORES. NO COMPROMETEN EL PENSAMIENTO DE ASUNTOS LEGALES.