Expansión | JURÍDICO

Wolters Kluwer | LA LEY CISS A3 Software

Los despachos se apuntan lentamente a las redes sociales

Los bufetes empiezan a tener blogs y perfiles en Twitter, LinkedIn, Facebook o YouTube, pero su entrada en las redes está siendo más lenta que otros sectores. Los expertos creen que ayuda a captar clientes.

ESENCIALES

Los expertos creen que las redes sociales clave para un bufete de abogados son **LinkedIn** y **Twitter** y, a poder ser, combinado con un blog. **Facebook** puede conectar muy bien con futuros letrados de la firma y gana peso **YouTube.**

Carlos García-León. Madrid

El sector de la abogacía no es ajeno a la revolución de las redes sociales, pero está siendo mucho más cauto en su entrada y penetración que otros sectores empresariales. Hace seis meses, Garrigues se adentró en las redes creando perfiles en LinkedIn, Twitter y Facebook y añadiendo un blog corporativo a su oferta. Que el mayor despacho de España por facturación y número de abogados no hubiera dado el salto antes de 2013 es sintomático. Otro de los tres grandes bufetes, Uría, no lo ha hecho aún, ni parece tener intención de hacerlo a corto plazo.

Francisco Pérez Bes, vicepresidente de la Asociación de Expertos en Abogacía TIC y secretario de la Asociación de Responsables de Comunidad y Profesionales Social Media, cree que las firmas han ido entrando lenta, pero progresivamente. "Es un sector conservador y con importantes restricciones deontológicas, que antes de dar pasos de este tipo valora muy bien cuáles son los riesgos que existen", apunta.

Para Paula Fernández-Ochoa, socia de la consultora +MoreThanLaw, "el sector legal ha sido y es más escéptico que otros de las bondades y ventajas de las nuevas tecnologías y redes sociales".

Las redes sociales se están convirtiendo en una importante herramienta para las firmas legales.

Cuatrecasas, Gonçalves Pereira fue uno de los bufetes pioneros en implementar redes sociales y el primero de los grandes que en España lo incluyó en su estrategia. En 2012, este esfuerzo le fue reconocido con el premio *Lawyer & Digital* a la firma con el mejor posicionamiento web 2.0, que le otorgaron el Colegio de Abogados de Barcelona e Inkietos durante el *Digital Law World Congress*. Su *community manager*, Jon Pérez, está convencido de que "todos los despachos deberían animarse a participar en redes. De los grandes se espera, pues son referente y la gente quiere de ellos transparencia, cercanía e implicación social. Pero para los despachos más pequeños es una opción muy interesante, porque les permite notoriedad sin necesidad de invertir dinero en publicidad".

Incrementar la reputación del bufete en las redes es un mecanismo para captar negocio

En esa línea, Jordi Fernández, director de Comunicación de Gómez-Acebo & Pombo, cree que "no importa el tamaño de la organización. Lo relevante es seguir una estrategia, ya que tener presencia sin criterio no tiene sentido. Pero si se tienen claros los objetivos, el beneficio puede ser nítido y palpable".

Invertir en redes

Muchos responsables de bufetes de abogados creen que invertir en redes sociales es un gasto innecesario, que tiene poco retorno en los beneficios económicos. Son los más escépticos. Sin embargo, cada vez se están quedando más solos, sin argumentos y claudican ante el miedo de quedarse atrás en un camino que poco a poco van tomando los despachos de la competencia.

Los expertos consultados creen que las redes sociales ayudan a captar negocio, aunque cada uno de ellos aporta sus matices. Eva Bruch, socia de +MoreThanLaw, asegura que "hay firmas que con un trabajo muy intenso y bien hecho en redes, captan negocio de forma directa. Otros lo hacen de forma indirecta, mediante la expansión de su red de colaboradores y prescriptores nacional e internacional". Su socia, Fernández-Ochoa, añade que "usando las redes dentro de una estrategia bien trazada y ejecutada, ayuda a captar negocio".

Las redes son "una herramienta más de desarrollo de negocio, aunque a priori no parece directa y fácilmente medible", afirma Jordi Fernández. Jon Pérez asegura que " una buena presencia en redes permite generar reputación corporativa, que sí puede redundar en captación de negocio".

Los expertos también creen que es importante establecer algunos códigos de actuación para sus abogados en sus perfiles personales en redes, algo que tienen, por ejemplo, Cuatrecasas o Gómez-Acebo & Pombo. "Es necesario, pero no se trata tanto de un protocolo represivo, sino de cómo adaptarlo de una manera adecuada a la política y filosofía del despacho", concluye Pérez Bes.

Cómo es la actividad en Twitter de los principales bufetes en España

Twitter se ha convertido en uno de los canales de comunicación de moda. En 2011, un estudio de la consultora IZO apuntaba que el 76% de las 75 empresas más representativas de varios sectores estaba presente en Twitter. Sin embargo, en el sector de la abogacía esta magnitud se enfría. La consultora del sector legal +MoreThanLaw ha elaborado un estudio analizando el uso de la citada red social por los despachos del ránking de EXPANSIÓN en los últimos tres años. En 2011, tan sólo un 33% tenía una cuenta en Twitter. Esta cifra se elevó al 55% en 2012 y al 56% en 2013. El estudio refleja que si bien en 2011 los despachos más grandes no eran los más activos (de entre los diez que más facturaban sólo cinco tenían cuenta en Twitter: Cuatrecasas, PwC, KPMG, Gómez-Acebo y Baker), en el último ránking publicado en junio de 2013 ya había ocho en el 'top ten'. Si se observa la actividad de las cuentas de los bufetes del ránking, resulta que los más activos no coinciden siempre con los más grandes: las cuentas de Cremades & Calvo-Sotelo, Elzaburu, Ceca Magán y AGMAbogados se sitúan dentro del grupo de los diez despachos más activos. En volumen de seguidores, sin embargo, son los despachos más grandes (por facturación) los que acumulan mayor número de seguidores. Respecto a la efectividad de la cuenta, son Linklaters y Sagardoy las que tienen el mayor ratio en la captación de seguidores por tuits (17,7 y 12,6, respectivamente). Si se analiza el Klout, el índice de influencia más importante, destacan Cuatrecasas, con 60 puntos; DLA Piper, con 55 (aunque su cuenta es global); y Garrigues, con 54 (a pesar de llevar sólo seis meses).

PRESENCIA DE LOS DESPACHOS

En porcentaje.

Fuente: +MoreThanLaw — Expansión

INFLUENCIA DE LAS FIRMAS

Despachos presentes en el ránking de EXPANSIÓN

Despacho	Tweets	Seguidores	Índice Klout
Cuatrecasas	2.770	7.671	60
DLA Piper	3.204	12.478	55
Pwc Tax & Legal Services	3.913	8.070	54
KPMG Abogados	2.368	4.153	54
Garrigues	536	2.102	54
Gómez-Acebo & Pombo	1.542	4.639	53
Deloitte Abogados	1.057	5.698	52
Hogan Lovells	368	2.469	52
Cremades & Calvo-Sotelo	2.533	3.740	51
Martínez-Echevarría	273	238	51
Ceca Magán	1.401	576	50
Ernst & Young Abogados	635	1.581	48
Elzaburu	1.475	309	47
Linklaters	118	2.083	47
AGM Abogados	1.180	1.609	46
Baker & McKenzie	409	608	45
DAC Beachcroft	351	1.072	45
Roca Junyent	854	2.360	44

Fuente: +MoreThanLaw