

Gestión de despacho

“El mejor *marketing* es definitivamente el buen trabajo”

Entrevista a Magali García
Socio gerente de Allende & García Abogados

¿Cómo está estructurada la dirección del Estudio? ¿Cuáles diría Ud. que son los aspectos que lo caracterizan?

La dirección del Estudio que es una *boutique* de Propiedad Intelectual está encargada a sus dos socios: un socio gerente, y un socio comercial, el Dr. Jorge Allende. Nuestra principal ventaja diferencial es la asesoría personalizada que brindamos; contacto directo con el cliente; la rapidez y precisión para contestar las consultas; y el compromiso de todo el equipo de A&G. ¡Nuestro equipo disfruta y se divierte trabajando!

Siendo actualmente los Estudios de abogados empresas de servicios, ¿cuentan Uds. con un área de *marketing* y una política de captación de clientes?

Nuestro modelo de negocio va más allá que ser un Estudio legal tradicional. No ofrecemos solo soluciones legales, sino soluciones globales. No contamos con un área de *marketing* específica, pero sí tenemos una política establecida de captación de clientes tanto a nivel nacional como internacional.

¿Fue difícil la inserción del concepto de *marketing* jurídico como un gasto necesario?

No fue difícil. Este es un concepto que tanto mi socio como yo, teníamos completamente incorporado y al asociarnos, sabíamos que era necesario invertir en *marketing*, y al hablar de invertir no necesariamente implica dinero. Hay muchas formas de hacer *marketing* sin gastar, como las redes sociales y las recomendaciones de los clientes. Por supuesto que hay que invertir algo de dinero también, pero hay que saber cómo. En nuestro caso, invertimos dinero en viajes estratégicos, visitando clientes, asistiendo a congresos y seminarios y tratando de sacarle el mayor provecho a los mismos. Además, consideramos que el mejor *marketing* es el que te hacen tus propios clientes recomendándote, por ello hay que tener al cliente contento y satisfecho con el servicio brindado, y eso se logra con un servicio muy profesional, y con una política de fidelización de clientes.

La página web del Estudio posee un diseño bastante interactivo con el usuario. ¿Qué objetivo cumple esta?

La página web es el primer contacto con el cliente potencial. En esta era cibernética, es muy simple acceder electrónicamente a nuestra información, por ello la misma tiene que ser muy amigable, de fácil uso y que contenga la información básica que se está buscando.

¿Cuál ha sido el crecimiento del Estudio en los últimos años?

Nuestro crecimiento ha sido importante. Empezamos el Estudio tres (3) personas con un (1) cliente en abril de 2011 y hoy al año diez meses somos diez (10) personas y más de cuatrocientos (400) clientes. Nuestra facturación del 2012 se incrementó en 150% en relación con la del año 2011.

Por otro lado, ¿cómo está enfrentando su Estudio el desafío tecnológico en materia de gestión y prestación de los servicios legales?

Desde el momento que decidimos fundar el Estudio, hace ya casi dos años contratamos los mejores *software* del mercado y podemos decir que contamos con un *software* especializado en materia de propiedad intelectual que nos permite estar a la vanguardia. Definitivamente, necesita de seres humanos capaces de manejarlo, pero el *software* por sí solo es de gran utilidad.

En el área del Derecho, la principal carta de presentación son sus abogados. ¿Cuál es el perfil profesional que busca el Estudio?

Como hemos señalado anteriormente, nuestro Estudio es una *boutique* de propiedad intelectual, por lo que el perfil de abogados que buscamos es aquel especialista en propiedad intelectual.

Es decir, que manejen temas de marcas, patentes, derechos de autor, competencia desleal, protección al consumidor, nombres de dominio y protección de datos.



¿Qué consejo le daría a los otros Estudios que pretendan empezar el desarrollo de sus departamentos de *marketing*?

¡Que lo hagan! Que destinen parte del presupuesto a temas de *marketing*, pero siempre teniendo en cuenta que el mejor *marketing* es el buen trabajo. En cuanto a los clientes, el mejor consejo que puedo dar es que no hay cliente ni asunto pequeño, todos son importantes y así hay que sentirlo.

En el área de responsabilidad social, ¿cuál es la política en la que se basa el Estudio?

En el Estudio tenemos la política de aceptar casos pro-bono. Se analiza caso por caso y se determina si lo llevamos pro-bono o no. Si bien, el móvil de aceptar estos casos no es obtener finalmente algún provecho, sí reconocemos que tener una política socialmente responsable también ayuda a fortalecer relaciones locales.

El Estudio ha sido nominado y resaltado como un Estudio Top en el ranking 2013 que hace la publicación Perú Top Lawyer. ¿Cuál es la clave de este éxito?

La clave del éxito es disfrutar del trabajo. Todo nuestro equipo está comprometido, nos gusta el área que desarrollamos, todos aportamos ideas, sugerencias y trabajamos contentos. Eso es algo que el cliente probablemente presente, y creo que es más agradable encargarle tus asuntos a aquel abogado que sabes que va a recibir el encargo con alegría, entusiasmo, profesionalismo y ganas de trabajar.

Ficha del Estudio

- **Fecha de fundación del Estudio:** 11 de abril de 2011.
- **Número de socios y abogados:** 2 socios y 3 abogados.
- **Principales áreas de especialización:** Propiedad Intelectual; Competencia Desleal / Publicidad; Protección al Consumidor; Registros Sanitarios; Protección de datos.
- **Premios, reconocimientos y membresías:** El Estudio ha sido incluido en los siguientes *rankings* de mejores abogados: Managing Intellectual Property; Chambers & Partners Latin America; The Legal 500 Latin America; PLC WhichLawyer y PeruTopLawyer. Pertenece a la Asociación Peruana de Propiedad Intelectual (APPI); a la Asociación Interamericana de Propiedad Intelectual (ASIFI); a la Internacional Trademark Association (INTA); Asociación Brasileira de Propiedad Intelectual (ABPI).

Estudio Allende & García Abogados

ALLENDE & GARCÍA

A B O G A D O S

Socios



Jorge ALLENDE



Magali GARCÍA

Abogados

- Jorge ALLENDE BARCHI
- Magali GARCÍA RUIZ HUIDOBRO
- Dafne RAMOS SAMANEZ