

2 Legal

En portada

—Viene de P1

fuerte competitividad. Asimismo, Marc Gericó destaca que hay regiones, como Monterrey, que son muy especiales y de difícil acceso. Precisamente, para superar estas barreras, las estrategias más aplicadas por los despachos españoles para abrir sus sedes en México han sido fichar a socios y abogados procedentes de distintos bufetes mexicanos relevantes, integrar firmas locales o la combinación de ambas.

Auren fue la primera firma española en entrar en México con su marca. Lo hizo en 2004 y actualmente cuenta con ocho oficinas propias en distintas ciudades del país, desde las que ofrece toda su gama de servicios: consultoría, auditoría y asesoría, *corporate* y legal.

Preservar su cultura

Por su parte, Garrigues abrió su oficina en México en 2014. Su estrategia fue fichar a abogados procedentes de distintos despachos mexicanos relevantes. Como señala Jaime Iglesias, socio responsable de la oficina de Garrigues en México, se optó por esta forma de entrar en el mercado mexicano para así preservar su cultura y principios adaptándose a las particularidades de la jurisdicción. "Nuestra ambición es que nuestros clientes sepan que van a recibir el mismo servicio en México que en España", subraya.

El abanico de prácticas que se cubren desde la oficina mexicana de Garrigues es muy amplio, desde *corporate* y M&A hasta fiscal, pasando por bancario o infraestructuras y energía, entre otras, lo que les permite "prestar asesoramiento desde todos los ángulos del derecho de los negocios". El despacho cuenta también con sede en los otros tres países de la Alianza del Pacífico: Colombia, Perú y Chile. "Nuestras cuatro oficinas de Latinoamérica trabajan como una sola firma y como un único equipo, que comparte valores, cultura y estándares de compromiso y calidad", recalca Iglesias.

Estrategia flexible

La estrategia de Cuatrecasas en el mercado azteca fue flexible, según la define Antonio Baena, socio responsable del área internacional del despacho. "Hemos combinado una entrada progresiva en base a contrataciones selectivas, la integración de una firma independiente de elevado prestigio en el ámbito transaccional y regulatorio, la capitalización de nuestra presencia en Nueva York y la utilización de la potencia de nuestra plataforma en la Península Ibérica", comenta.

Desde el despacho se muestran muy orgullosos de la evolución de la actividad de su sede en México desde su apertura en 2016. "La oficina está tomando



Sede de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, en Ciudad de México. GETTY IMAGES

una posición cada vez más importante en el país y contamos con un equipo sofisticado que cubre las principales áreas del derecho de los negocios", indica Baena. El abogado destaca que han participado en operaciones de mucho calado en el mercado mexicano y que han logrado posicionarse en los principales rankings y directorios del sector legal en México. Uno de ellos es el de firmas en fusiones y adquisiciones de la plataforma Lex Latin, que sitúa a Cuatrecasas México en novena posición por valor y cuarta por número de operaciones en México en 2023. La otra firma española que aparece en esta clasificación es Garrigues que ocupa la décima posición por valor y la octava por número de transacciones.

Adaptarse al país

Antes de Garrigues y Cuatrecasas, el mercado mexicano atrajo también a Ontier en 2012. Para el bufete de origen asturiano, la de México fue su primera oficina internacional, cuyo *country manager* entonces fue Lorenzo Hernández, socio de la firma y actual *regional manager North America*. Si bien la estrategia de entrada en el mercado mexicano de Ontier se inició con la integración de un despacho local, finalmente esta vía no cuajó y se optó por la contratación de socios y abogados locales. "Hemos ido adaptando el modelo a la idiosincrasia local de cada jurisdicción", apunta Hernández. Para él, ese ha sido su gran éxito, ser un despacho global con alma local.

Las áreas principales del despacho en México son: *corporate* y M&A, energía, litigio, arbitraje internacional y *banking & finance*. El motor de la oficina en 2023, según indica Hernández, ha sido la práctica de M&A. En sus previsiones para este año confía en que haya un repunte de las áreas de energía, de litigio y de arbitraje. El abogado espera que la ralentización de las transacciones, al ser año electoral (las elecciones son el próximo 2 de junio), no rompa la tendencia de buenos resultados de años anteriores. En términos generales, Hernández augura que en 2024 la sede de Ontier en México tendrá un crecimiento orgánico sostenible y también inorgánico gracias a la integración de uno o dos despachos *boutiques*.

Su cercanía con Estados Unidos y compartir el idioma son puntos a favor para firmas españolas

La dificultad de realizar negocios para los no locales y la competitividad son grandes obstáculos

Por su parte, la firma Ecija entró en el mercado mexicano en enero de 2020 con la integración del despacho local Chacón & Rodríguez. Como apunta Alejandro Touriño, *managing partner* de Ecija, lo más complejo en estos casos es acertar con el socio local. "Este es un negocio de personas y elegir a la gente adecuada, y que compartáis la misma estrategia, valores y cultura corporativa, es crítico para el éxito de proyecto", opina.

La oferta de Ecija en México incluye desde las áreas de transacciones internacionales o fusiones y adquisiciones, hasta tecnología, medios y telecomunicaciones (TMT), pasando por otras como privacidad de datos, *compliance* o ESG. "La región representa oportunidades significativas en energías renovables y en la modernización tecnológica. En México estamos alineados con estas tendencias, proveyendo asesoramiento especializado en proyectos sostenibles y de transformación digital", revela Touriño.

Para el despacho, entrar en México era un paso fundamental en su estrategia internacional, cuyo objetivo es ofrecer un asesoramiento legal completo a sus clientes en todos los países de Latinoamérica. De hecho, Ecija es el despacho español con más sedes en países latinoamericanos, 15 en total, y anuncian que no serán las últimas, ya que su hoja de ruta pasa por abrir oficinas en nuevos territorios en los próximos meses.

Estrategias de los despachos españoles en Latam

► **Apertura de oficinas propias.** Abrir una sede del bufete en otro país es una opción que permite preservar la cultura del despacho y a la vez adaptarse al mercado local. Suele hacerse a través de las siguientes vías: integrando uno o más bufetes locales, reclutando a abogados de prestigio de otras firmas del país, o combinando ambas. Esto es lo que han hecho en Latinoamérica Garrigues, Cuatrecasas, Ontier o Ecija.

► **Fusiones.** El caso paradigmático es el de Phillippi Prietocarrizosa Ferrero DU & Uría (PPU). En enero de 2015 nació la firma de abogados Iberoamericana Phillippi Prietocarrizosa Ferrero DU & Uría (PPU) de la fusión entre tres firmas latinoamericanas, de la mano de Uría Menéndez, el estudio chileno Phillippi, Yrarrázaval, Pulido & Brunner, la firma colombiana Prietocarrizosa y las dos peruanas Ferrero Abogados y Delmar Ugarte.

► **Allanzas y redes de best friends.** Se trata de acuerdos de *best friends* en base a los cuales se referencian clientes. Un ejemplo de estas alianzas en Latam es la red internacional Affinitas. Se constituyó el 4 de febrero de 2004 por cuatro despachos, entre ellos Garrigues, que fue su promotor, pero que en 2013 se desvinculó de ella para abrir sus propias oficinas en América Latina. Actualmente pertenecen a Affinitas más de 473 abogados de Chile (Barros & Errázuriz), Colombia (Gómez-Pinzón), México (Mijares, Angoitia, Cortés y Fuentes) y Perú (Miranda & Amado).

► **Latam desk.** Algunos despachos como Gómez Acebo & Pombo y RocaJunyent disponen de esta fórmula para asesorar tanto a clientes latinoamericanos en sus operaciones en España, como para dar servicio a empresas españolas con intereses en Latinoamérica, pero sin tener una sede física en estos países. Para Marc Gericó, *managing partner* de Gericó Associates, es una estrategia bastante light que debe reforzarse con mucho viaje a Latinoamérica para reforzar lazos con despachos locales, generar confianza y trabajar en desarrollar nuevas oportunidades. "Es una buena opción si no se cuenta con presupuesto para inversión en una apertura de oficina propia. No obstante, debe ser una apuesta al medio y largo plazo", concluye.