01/02/2004

ECONOMIST&JURIST

Redacción

Los pequeños despachos han de encontrar su propio mercado

El aterrizaje en España, en la pasada década, de las grandes firmas internacionales de abogados y la consolidación de las grandes firmas españolas han provocado para los despachos medianos y sobre todo pequeños la necesidad de cambiar su estrategia de negocio con el fin de encontrar un hueco en un mercado legal, cada vez más saturado. La oferta excede con mucho la demanda de servicios profesionales.

El despacho pequeño, formado por dos miembros y como mucho, dos colaboradores, se encuentra en una posición incómoda, con poco margen de maniobra, presionado en todos sus frentes por los competidores. Por --arriba-- , los grandes despachos, nacionales e internacionales, que asumen los asuntos de mayor enjundia y tienen como clientes a las compañías de mayor facturación, garantizando un servicio de asesoramiento --integral-- , resultan inalcanzables para el despacho de inferior dimensión. Por --abajo-- , surge también la competencia de las asesorías fiscales y laborales, algunas también l

...

SUSCRÍBETE para una conversión completa a PDF