

HABILIDADES

■ HABILIDADES PROFESIONALES

El seguro de vida profesional

FRANCESC DOMÍNGUEZ. Socio de Dominguez & Guiu, SL. (dominguez@dominguez-guiu.com)



La marca (y no la afiliación a una mutua) es el seguro de vida profesional. Con todo, es evidente que debemos estar afiliados a una mutua. Las personas y la marca son los activos más importantes en un despacho de abogados. Son todavía una minoría los despachos profesionales que gestionan esos activos con rigor y coherencia.

Gestionar una marca exige un esfuerzo de explicar quiénes somos, cómo ayudamos a los clientes, cuáles son nuestros valores y cómo se traducen en beneficios para el cliente, qué nos hace singulares en el mercado; en definitiva, cuál es nuestra personalidad y estilo. En el fondo es un esfuerzo de transparencia. La transparencia crea confianza.

Refugiarse en el día a día es un recurso fácil para evitar llevar a cabo un esfuerzo de autorreflexión y de sacar —para algunos, de una vez por todas— lo mejor que llevamos dentro. Esa falta de autorreflexión y acción para mejorar se ve reflejada en una



parte de los despachos de abogados: gestión del tiempo mejorable, deficiente atención al cliente, selección de personal sin criterio profesional, ausencia de organización y procesos eficientes, sistemas retributivos por definir, página web que más que reforzar compromete la imagen del despacho, falta de formación

en habilidades comerciales, falta de presentación de presupuesto al cliente, diseño del despacho realizado sin pensar en aquél, ausencia de estrategia de negocio, poca habilidad para gestionar bien las relaciones y los contactos nacionales o internacionales, etc.

Todas las impresiones son im-

portantes en una relación de negocios o personal, pero las primeras son transcendentales. A usted quizá le sepa mal eso y entiende que es injusto. No es injusto, sencillamente es así: el ser

«Las personas y la marca son los activos más importantes en un despacho de abogados»

humano tiende a etiquetar y pre-juzgar. Simplificamos “la realidad”, por nuestra propia tranquilidad.

Le voy a poner un ejemplo: hace unas semanas un periodista de un medio económico nos pidió que le facilitáramos un par de despachos de abogados para aparecer en un reportaje sobre bufetes. Le hablamos igual de bien de ambos. El periodista tenía que escoger uno. Como posteriormente nos comentó, ofreció participar en el reportaje al

despacho cuya página web más le había entrado por los ojos y cuyos mensajes le habían parecido mejor elaborados.

¿La calidad jurídica del despacho escogido por el periodista es superior a la del descartado? Quien lo sabe. Lo que sí sabemos es que las personas tomamos nuestras decisiones sobre la base de nuestros valores, emociones y percepciones, y después solemos justificarlas “racionalmente”, con la “lógica”. Usted puede aceptar eso o no, pero lo que no vamos a poder hacer es cambiar la forma cómo eligen las personas, pues el proceso antes señalado es intrínseco en la psicología humana.

La gestión de la marca consiste en adaptar lo que cada uno es y ofrece al cliente deseado. Por ello, quien no gestiona la marca, tiene como opción preguntarse, por ejemplo, ¿cómo es que estando preparados no atraemos al tipo de clientes que queremos atraer? Las respuestas suelen estar en uno mismo. □

PROTOCOLO JUDICIAL

Por razones de complacencia en el sabor, o de ejercicio gimnástico de las mandíbulas o bien de entrenamiento para la labor circense de realizar pompas de material plástico sólo con la boca o ¡vaya usted a saber!, lo cierto es que mucha gente masca chicle.

Es igualmente cierto que las aceras de nuestras ciudades se encuentran colmatadas de los restos de los chicles que se escupen al suelo, lo que no dice mucho sobre el respeto que los masticadores tienen hacia sus semejantes ni de la elegancia de la actividad.

En el ámbito judicial no me caben dudas. Cuando trato este tema soy tajante e inflexible: “no se puede mascar chicle en Sala”. El escritor Antonio Burgos escribió un artículo el 25 de noviembre de 2004 cuyo título era “El asqueroso chicle”. En él se podía leer:

“Usted, si va a declarar a un juicio se abstiene de fumar ante el Juez. Pero esa muchacha que fue testigo del accidente bien altiva que entra ahora, responde a

preguntas de Su Señoría sin quitarse el chicle de la boca [...]”

El título del artículo da datos obvios sobre la opinión que merece al Sr. Burgos el mascar chicle. Comparto su opinión y añado que no solo la chica dio muestras de dudosa educación sino que no mejor consideración debe tenerse del Juez que consintió la declaración con el chicle en la boca. El Juez preside el acto y es el máximo responsable de que no se produzcan salidas de tono y de velar porque se guarde el debido respeto tanto a la Institución como al acto que se celebra.

Mascar chicle es, desde luego, una actividad poco estética y poco funcional. Reparemos en que, en algunas ocasiones,

puede llegar a dificultar la expresión verbal del masticador. En otras excita la producción de saliva en exceso depositando ésta en las comisuras de los labios, con lo que ello supone de desagradable exposición de flujos corporales. En cualquier caso, el movimiento descendente y ascendente de las mandíbulas induce a la desconcentración de quien no le queda otro remedio que, en el acto del juicio, dirigirse a esos atletas del movimiento facial.

Dicen algunos, y desde luego yo tengo mis dudas, que la masticación continuada (casi espasmódica) tranquiliza el nerviosismo. Cuando quienes mascan chicle son los testigos o las partes, podría pensarse que se hace para aliviar el

nerviosismo que genera el encontrarse en una situación poco habitual. Por ese motivo en las personas llamemos “ajenas al ambiente judicial” podría estar, hasta cierto punto, justificado -aunque no permitido- mascar chicle y por ello el Juez debe solicitar cortésmente que se deposite el chicle en un papel que evite el contacto del pegajoso elemento con la papelería. Ahora bien, cuando el tema roza la incorrección manifiesta es cuando cualquier profesional del derecho, Fiscal, Abogado o Procurador es la persona que lo masca. Y ya el “colmo del despropósito” es cuando el propio Juez (la persona que tiene que impedir que se masque chicle en Sala) es el que lo masca, convirtiendo al “reprovisor” en “reprovisable”. En este último caso sugiero que abogados, fiscales o procuradores adviertan al Juez de su descuido (por que no me cabe en la cabeza que sea otra cosa diferente al descuido lo que lleve a un Juez a mascar chicle en sala). □

¡Mascar chicle en Sala!

PURIFICACIÓN PUJOLCAPILLA

Doctora en Derecho, Juez sustituta de Madrid y autora del libro “Guía de comportamiento en las actuaciones judiciales”, editorial La Ley 2007.