

Guía del Empresario

Emprendedores

Suplemento coordinado por Julio Fernández (guiadelempresario@hearst.es)

AlhUp gana The Venture Spain

pág. 118

Experience Fighters, el 11 y 12 de mayo

pág. 119

La II edición de INCENSE tiene acento español

pág. 119

Tribuna libre: Nacho Somalo, decano de IBS

pág. 121

Tendencias del 'e-commerce'

En nuestra sección de *A examen* te explicamos las principales tendencias del comercio electrónico en España llamadas a consolidarse en 2016, como las ofertas personalizadas a los compradores online –gracias al uso del *big data*–, la adaptación de las webs a todo tipo de dispositivos (móvil, *tablet* y PC), la creación de una tienda física como *alter ego* de la digital y la creciente importancia de las redes sociales como herramienta para fidelizar a los clientes.

(Sigue en pág. 116)

Uruguay, a lo grande

Con apenas 3,5 millones de habitantes, Uruguay puede parecer un mercado pequeño para cualquier empresa que internacionalice su actividad. Sin embargo, sin olvidar que también ofrece oportunidades de negocio (te decimos en qué sectores), su pertenencia a Mercosur convierte a este país suramericano en un hub logístico de primer nivel que abre un mercado mayor formado por 270 millones de consumidores.

(Sigue en pág. 117)



ENTREVISTA Jordi Amado, fundador y director general de Amado Consultores

“La tecnología es un elemento diferenciador”

Nuestro entrevistado lleva 20 años especializado en la gestión de despachos profesionales (asesorías y bufetes de abogados). Si perteneces a este sector, probablemente te suene Planificación Jurídica-Centro de Documentación, Experiencia Jurídica y Jordi Amado & Consultores Asociados, unidades de negocio con las que ha operado hasta 2012, año en que se agruparon bajo la marca común, Jordi

Amado Consultores. La experiencia y especialización es su principal bandera, que ondea en su expansión nacional a través de agentes o consultores especializados: “Aportamos el poder trabajar con una base de clientes muy importante, llegamos a más de 10.000 despachos profesionales, y tenemos una base clientes de recurrencia de 4000 despachos profesionales”.

(Sigue en pág. 115)

CUADRO DE MANDOS

Un mes más tomamos el pulso a la economía española a través de sus principales indicadores macroeconómicos (PIB, IPC, número de desempleados, euríbor, valor euro/dólar e Ibex-35). En este número, también destacamos que por primera vez el euríbor se pone en negativo (-0,002%), el descenso de los concursos de acreedores (20,9% en el cuarto trimestre de 2015) y la subida de los precios industriales aplicados a la importación y la exportación.

Pág. 114

PORTAL DE FRANQUICIAS

Recuerda que todos los contenidos de franquicias de la revista puedes verlos ampliados en nuestro portal especializado <http://franquicias.emprendedores.es>.

Encontrarás análisis de sectores, noticias de actualidad, entrevistas con los primeros espadas de la franquicias. Y en nuestros Desayunos Emprendedores ponemos cara a los protagonistas de la franquicia.

Pág. 122

“Saldrán adelante los despachos que pasen de un modelo de negocio personalista a uno empresarial”

Jordi Amado, fundador director general de Amado Consultores

(Viene de pág. 113)

EMPRENDEDORES: ¿Cómo ha cambiado la crisis la gestión de los despachos?

JORDI AMADO: Han cerrado muchísimas empresas, y las que han sobrevivido han tenido que ajustar muchísimos los costes y sus estructuras. Esto, desgraciadamente, ha afectado, y mucho, a la mayoría de despachos profesionales. Los clientes piden diferentes presupuestos, exigen reducción o revisión de honorarios, solicitan presupuestos cerrados, etc. De ahí que si hacemos una proyección de futuro, llegamos a la conclusión de que sólo saldrán adelante los despachos o firmas profesionales que sean capaces de transformarse pasando de modelos de negocio personalistas a modelos de negocio empresariales con propuestas de servicios de valor, reinventando servicios tradicionales e innovando y lanzando nuevos servicios que den respuesta a un mercado que no crece y que continuará estancado en los próximos años.

EMP.: ¿Qué recomendaría a un profesional (asesor, abogado...) que quiera introducirse hoy en el sector, ¿despacho generalista o especialización?

J.A.: Necesariamente alguien que quiera introducirse en el sector debe hacerlo partiendo de su especialidad o conocimiento, luego, si se consolida, deberá decidir si continúa con esa especialidad con pequeñas variantes, o poco a poco tiende a la generalización o ampliación de servicios. Ese camino debe recorrerlo uno solo, es una decisión muy personal, y no hay nada escrito. Lo que sí es cierto, es que la mayoría de despachos que se han consolidado y que han alcanzado un cierto tamaño han tendido a la multidisciplinariedad o variedad de servicios.

EMP.: ¿Qué factores determinan el buen funcionamiento de un despacho?

J.A.: La clave está en el liderazgo y visión empresarial que el titular o socios de una firma profesional puedan llegar a tener. No es suficiente con ser muy profesional con una gran experiencia. Hay que tener una mínima visión empresarial de tu modelo de despacho profesional. ¿A dónde quiero

“ La nuevas tecnologías son un factor diferenciador en la relación con los clientes ”



“El futuro de los despachos profesionales pasa por propuestas de valor”, advierte Jordi Amado.

Y además...

Veinte años de especialización en el sector de los despachos profesionales (asesorías y firmas de abogados) convierten a Jordi Amado en una voz autorizada. Reconoce que su principal fortaleza es la experiencia y su amplio portafolio de servicios, “que cubre todas las áreas de gestión que un despacho profesional puede necesitar”. **EXPANSIÓN.** Amado Consultores tiene presencia en Madrid, Cataluña, País Vasco, Aragón y Comunidad Valenciana y basa su expansión y crecimiento en agentes o consultores especializados. “El perfil de estos profesionales es que sean, sobre todo, proactivos comercialmente y que tengan experiencia como directivos en una empresa”, resume Jordi Amado, que aporta una base de clientes potenciales muy importante: “Llegamos a más de 10.000 despachos”.

llegar? ¿A qué tipo de clientes me quiero dirigir? ¿Qué tipo de servicios quiero ofrecer? ¿Con qué tipo de personas quiero trabajar y quiero vincular a mi proyecto? En definitiva, todas estas cuestiones significan abordar todas las áreas de gestión que pueden afectar a la mayoría de empresas. Hace 10 años, quizás no eran tan importantes, bastaba con ser un buen profesional, pero hoy en día son imprescindibles para poder competir y destacar en un mercado que está muy atomizado y muy poco diferenciado.

EMP.: ¿La fuerte atomización del sector, con 45.000 despachos, ¿no es barrera de entrada para la profesionalización de este colectivo?

J.A.: No, yo no lo veo como un impedimento para la profesionalización del sector, en cambio si lo veo como un problema que agrava y dificulta la diferenciación y la percepción de valor de los servicios que ofrece un despacho profesional.

EMP.: Por cierto, ¿cuál es el impacto real de las nuevas tecnologías en la relación del cliente con su despacho?

J.A.: Tienen una influencia cada vez mayor. Las áreas privadas, portal del empleado, transmisión y accesibilidad a la información de la empresa (datos contables, legales...) en los dispositivos móviles están en el orden del día. Es más, la tecnología se ha convertido en un elemento de diferenciación para trabajar con empresas y clientes de un cierto tamaño.

EMP.: Dado que muchos despachos son familiares, ¿qué consejos daría para el relevo generacional?

J.A.: Les diría que, sobre todo, formen muy bien a los hijos, no sólo en una especialización o materia concreta, sino también en dirección de empresas.