

Jordi Amado
& CONSULTORES ASOCIADOS

INFORMA

Gestionar Despachos Profesionales

Jordi Amado & Consultores Asociados es el área de Consultoría de PLANIFICACIÓN JURÍDICA - Centro de Documentación. Esta publicación va dirigida a clientes, así como a titulares y/o socios de despachos profesionales interesados en mejorar la gestión de su organización.

NUESTRO CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA AL SERVICIO DE LOS DESPACHOS PROFESIONALES

Descubra todo lo que
Jordi Amado & Consultores Asociados
puede ofrecerle visitando nuestras
páginas www.jordiamado.com y
www.planificacion-juridica.com

SUMARIO

Editorial

Ítems de calidad
asumibles para
cualquier despacho

Futuro de la
retribución en
los despachos
profesionales

Proyectos increíbles
& Clientes increíbles

Compra-venta de
despachos

Agenda de
actividades

HAY QUE PENSAR EN GRANDE

Existe una afición, a veces desmesurada, a encajarlo todo en estadísticas, rankings, grupos o clasificaciones. Como no podía ser distinto, esta costumbre también se da en las asesorías o firmas de asesoramiento jurídico en general. Se habla de las grandes, las medianas y pequeñas firmas como si el hecho de estar en uno de los grupos fuera algo inevitable. Quizás el mal de este planteamiento no sea para quienes elaboran las clasificaciones, sino para aquellos que ven el pertenecer a un grupo con una cierta dosis de fatalismo. Es decir, el mal es para aquellas firmas que no ven la necesidad de crecer.

Sobrevivir, adaptarse a los tiempos, crecer, mejorar la cuota de mercado, mejorar la cuenta de negocio, mejorar la atención y el servicio al cliente, mejorar la identidad corporativa o el valor de la marca. Todo esto debería ser una vocación compartida por todos los despachos. Los pequeños tendrían que pensar como los grandes, salvando algunas diferencias que a veces hacen odiosas las comparaciones.

En efecto, por definición, los despachos pequeños son menos complejos que las grandes firmas, pero eso no significa, como ya hemos dicho, que no compartan sus mismos objetivos y problemas de negocio. Si bien los despachos de menor tamaño tienen menos recursos, eso no siempre es una desventaja, ya que se mueven con más rapidez y pueden esquivar a rivales de mayor peso. Esta flexibilidad es una ventaja competitiva considerable.

Sin embargo, ¿qué hacen realmente los pequeños despachos? Hay de todo. Pero pensamos que, tal como hemos avanzado al principio, uno de los problemas básicos es la falta de "ambición". Creen que por ser pequeños han de pensar en pequeño, y se marcan unos límites que ellos mismos se imponen pero que no son reales. Hay que pensar en grande, y ser conscientes de que los grandes despachos en algún momento fueron pequeños. Y que el salto lo dieron precisamente esas ganas de crecer. Si bien es cierto que hay titulares que prefieren quedarse como están por convencimiento y por filosofía vital, ésta no debería ser la regla general.

Las condiciones actuales y futuras están enmarcadas en un entorno de mayor competencia y de mercados cada vez más abiertos y de mayores exigencias en términos de calidad, cumplimiento y precios. Estas condiciones obligan a los despachos a buscar esquemas de trabajo que mejoren sus procedimientos y actividades administrativas.

No hay que tener miedo ni a crecer, ni a aliarse, ni a vender, ni a fusionarse, si es necesario, porque a veces puede ser la mejor fórmula, aún a riesgo de perder un poco de independencia. Porque a veces, es mejor ceder un poco de poder, en aras a conseguir una mayor fuerza en el mercado. Un primer paso puede ser el saber delegar, pues sólo así puede empezar a crearse una estructura más sólida.

Jordi Amado Guirado.

Dtor. General Planificación Jurídica
- Centro de Documentación
y socio fundador
Jordi Amado & Consultores Asociados

Ítems de calidad asumibles para cualquier despacho

Desde hace unos años el número de asesores y despachos es muy elevado. El cliente puede escoger, permitirse el lujo de fijar sus condiciones y expresar sus deseos. Jamás había tenido tanta fuerza. No sólo es difícil captarlos sino también después retenerlos. En este contexto, pocos profesionales ignoran que la satisfacción de esta clientela es la que acaba marcando la diferencia. Y para conseguirlo, hay muchos aspectos que deberían tenerse en cuenta, de los cuales hablaremos a continuación.

Glòria Moles. Abogado.

REACCIONES ANTE UNA BAJA Y UNA RECLAMACIÓN

Evidentemente, el primer signo inequívoco de que su cliente está contento con los servicios que usted le presta, es su fidelidad. Nadie paga por gusto, sino porque aquello que recibe a cambio le compensa. Pero si por un casual su despacho es víctima de una baja, no adopte una actitud de indiferencia o de pasividad. Ante esta situación, le recomendamos que:

- Se ponga en contacto con el ex cliente y averigüe los motivos que le han llevado a tomar tan radical decisión.
- Por muy contrariado que se sienta, su interlocutor ha de percibir en todo momento un tono cordial y amable.
- Sepa encajar las quejas y críticas, y aprenda de ellas. Aunque algunas no respondan a la realidad, otras pueden hacerle reflexionar sobre “limitaciones” de su despacho que le habrían pasado por alto.
- Si consigue no irritarse, es muy posible que se lleve una grata sorpresa.

Después de esta pequeña crisis, su relación con él puede retomarse y llegar a ser mucho más sincera.

- Ya recuperado el cliente, sígale la pista. Insista en pedir su opinión. Llámelo personalmente para cerciorarse de su grado de satisfacción.
- A veces, el cliente no tiene el detalle de comunicar la baja, dando sólo la

orden al banco de que no acepte más recibos. En este caso, será difícil contactar con “el desertor”. Suelen ser sujetos escurridizos, cuyo desaire no les permite dar explicaciones.

En cuanto a las quejas, las cartas de reclamación del cliente, así como las de agradecimiento, pueden transformarse en instrumentos de gestión de calidad. Si las contesta rápido y con tacto, puede llegar a recuperar al cliente. En la contestación, deberá responsabilizarse de los fallos cometidos y agradecer las observaciones de tan sagaz cliente. En todo caso es importante, que el despacho tenga previsto algún procedimiento para gestionar bien esas quejas.

HAGA ENCUESTAS CADA CIERTO TIEMPO

Las encuestas de satisfacción son una vía tradicional de conocer al cliente. El éxito de las mismas radica en el tipo de cuestionario que emplee. Al encuestado se le han de hacer preguntas que puedan responderse de forma afirmativa o negativa, pues a pocos les gusta dar grandes explicaciones. Las respuestas recibidas han de poderse agrupar con facilidad, en vistas a extraer unas conclusiones objetivas.

Las encuestas pueden ser tanto escritas como telefónicas. Si se opta por las segundas, es importante que el interlocutor que represente al despacho demuestre un cierto tacto y esté abierto al diálogo.



LA ATENCIÓN TELEFÓNICA

El teléfono es una poderosa arma de marketing. Es una auténtica tarjeta de presentación. Si usted trabaja sólo, deberá esforzarse por dominar este medio, lo cual, dicho sea de paso, no es algo que se improvise. Si son varios los profesionales que comparten el despacho, les aconsejamos que escojan a la persona adecuada.

Una llamada de teléfono puede ser esperada o inoportuna, pero la respuesta debe ser muy cuidada en ambas situaciones. Aspectos a tener en cuenta son:

- El tono de contestación, siempre amable y paciente. Si el interlocutor es un cliente, es bueno tratarlo por su nombre y no de forma excesivamente fría. Evidentemente, dependerá de la persona, pues hay quien prefiere recibir un trato rígido.
- La forma de tratar la petición. ¿Se hace esperar excesivamente al cliente? ¿Se abusa de la musiquilla previa? ¿Y de las excusas “camuflaje” (está reunido, suena ya a tópico)? ¿Se pierden muchas llamadas? ¿Dispone de las líneas telefónicas suficientes?
- La sonrisa telefónica es necesaria, pero sin excesos. Como el maquillaje, es más efectiva la naturalidad y la espontaneidad. El cliente percibe cuando el trato que recibe es estereotipado.
- El contestador automático es un buen invento, pero hay que saberlo utilizarlo.

¿Qué es esencial en el servicio que ofrece un asesor? Los plazos. Pero esto ya es un tema tan presente en la profesión, que incidir en ello será baladí.

- Si cuando un cliente llama, no estamos, es importante que quede constancia escrita de su llamada. Póngase en contacto con él cuanto antes. Lo valorará.

Lo cierto es que hoy en día con el e-mail todo está cambiando, sin embargo el teléfono continúa siendo un medio de comunicación muy utilizado.

PUNTUALIDAD, IMAGEN Y ORDEN

Siempre a tiempo: la puntualidad no debería ser una virtud, sino una regla. Si bien es cierto que los imponderables no pueden prevenirse, no menosprecie el tiempo de su cliente. No por hacerlo esperar creará que en el despacho hay mucho trabajo. En un problema de buena planificación. La impuntualidad es incompatible con la cualidad.

Cuestión de imagen: queramos o no, la imagen es importante. Transmite una idea de cómo somos. Tanto en la vestimenta, como en los colores del despacho y en su decoración. Y, sobre todo, la limpieza y el orden.

El orden casi merecería un capítulo aparte. Es imposible que un profesional preste bien sus servicios inmerso en un espacio caótico. Y si encima el cliente lo descubre, se sentirá inseguro y pensará que su información y documentos corren un grave peligro de desaparición. El orden no sólo es una cuestión de imagen, sino que redundan directamente en la calidad de los servicios prestados y ahorra mucho trabajo inútil.

Los archivos deben estar impecables y contener, de forma sistemática, cada uno de los documentos o anotaciones referentes al cliente. Es aconsejable

que el criterio de clasificación siga unas pautas comunes y estereotipadas para todo el despacho. No vale decir: yo ya me entiendo. Lo importante es que cualquier profesional pueda acceder con facilidad al archivo.

ATENCIONES Y SERVICIOS ESPECÍFICOS

Cuando llega el cliente, nunca ha de sentirse inoportuno..., aunque lo sea. Un despacho es un espacio de trabajo, pero también de recepción al cliente. ¡Evidentemente que es mejor concertar una cita previa! Pero dígaselo con amabilidad, y sin dejar entrever su contrariedad.

Documentación: hay que cuidar la presentación y redacción de los documentos que se envían al cliente. Su redacción es preferible que sea clara y concisa, pero al mismo tiempo, cordial. Lo escrito, escrito está. Mucha atención a las faltas de ortografía o las expresiones imperativas. ¿Mantiene informado de todas las actividades que se realizan en su despacho? Hágale participe de ellas, pero sin caer en la autocomplacencia o la reiteración.

Asegúrese de que sus clientes reciben lo esencial. El servicio de asesoramiento tradicional ya no es suficiente para que un despacho sea competitivo. El profesional no se limita a trabajar con y para la Ley, sino que además tiene ideas. Crea productos jurídicos nuevos y está

pendiente del mercado (o bien encarga esta labor a un tercero). Ser novedosos puede marcar la diferencia, pero hacer mal lo esencial, también. Y encima, la marca tarda en desaparecer.

¿Qué es esencial en el servicio que ofrece un asesor? Los plazos. Pero esto ya es un tema tan presente en la profesión, que incidir en ello será baladí. Es aconsejable reservar un método estándar para los trabajos más simples y frecuentes, y un enfoque personalizado para los más especiales. El método es esencial, no sólo para la organización sino también para el cliente. Si está acostumbrado a una dinámica repetitiva, nos será más fácil trabajar con él y se sentirá más seguro.

En cuanto al seguimiento, ha de ser día a día. Cuando hablamos de seguimiento, no sólo nos referimos a una forma de trabajar, sino también al tipo de relación que mantenemos con el cliente. Alguien que tiene problemas legales, y quiere una solución, espera recibir un servicio integral. Debe ser el profesional quien se interese por todos los detalles que afecten al caso. No es bueno que el cliente reciba un asesoramiento parcheado. Para conseguir este objetivo, el profesional deberá interesarse directamente por la situación de su cliente. Indagar e investigar por su cuenta e incluso contactar con el entorno familiar y laboral de su defendido.



TÉCNICAS PARA LAS REUNIONES

Considere los siguientes consejos:

- Preparar al cliente: para que tome parte más activa en el servicio. Si está preparado, entenderá mejor los servicios que le ofrecemos. Pero hay que saber encontrar el límite. Si el cliente se ve demasiado obligado a intervenir, se corre el riesgo de perderlo.
- Dejar constancia documental de los contactos con el cliente. Es aconsejable documentar todo cuanto se dice en las reuniones y conversaciones. Por muy nimios que parezcan los detalles comentados. Y todavía es mejor que el cliente lea el informe correspondiente y lo firme dando su asentimiento. Evidentemente, el problema de la constancia documental no se tiene ni con el fax, ni con el correo electrónico.

UN APUNTE...

¿MI FACTURACIÓN, QUÉ DEBE CUBRIR?

En un mercado tan competitivo como el de los despachos profesionales, si se trabaja individualmente se está en inferioridad de condiciones, ya que no es lo mismo afrontar uno sólo los gastos de un moderno y equipado despacho que repartirlos entre varios asesores. Además, como inevitablemente vivimos en una sociedad donde la imagen es determinante, no es indiferente que el cliente sea atendido en un local amplio, bien dotado de recursos, que en un pequeño despacho.

Un criterio sencillo o regla que siempre debería tener clara es la siguiente:

LA FACTURACIÓN DEBERÍA CUBRIR ESTOS CONCEPTOS:

ESTRUCTURA: Compras, Servicios externos, Inversiones 33%

PERSONAL: Administrativos, Personal de soporte, Profesionales 33%

SOCIOS: Retribución de capital 33%

Estos porcentajes, lógicamente, son teóricos e ideales, pues la realidad es otra. Normalmente, en la mayoría de despachos, los costes del personal absorben entre el 45% y 60% de la facturación.



NUESTRA APUESTA POR LA CALIDAD

El pasado día 14 de septiembre, Planificación Jurídica renovó su certificación ISO 9001:2000, que mantiene desde hace cinco años. Según nuestras encuestas de satisfacción, más del 95% de nuestros clientes consideran buena o muy buena la prestación de servicios. Por otro lado, cerca del 91% siente que sus expectativas con los servicios han sido superadas y el 97% se siente satisfecho o muy satisfecho con Planificación Jurídica en general. Estos datos, junto con la certificación y la confianza depositada por los clientes, son claros indicadores de nuestra cultura de empresa basada en la excelencia y la calidad.



Futuro de la Retribución en los Despachos Profesionales

EL SISTEMA DE RETRIBUCIÓN ES UNO DE LOS ASPECTOS FUNDAMENTALES EN LA ESTRATEGIA DE LOS DESPACHOS PROFESIONALES, YA QUE INFLUYE DIRECTAMENTE EN LOS COMPORTAMIENTOS INDIVIDUALES Y CONTRIBUYE A QUE SE ALCANCEN LAS METAS Y LOS OBJETIVOS.

Cristina Arróniz. Consultora en Recursos Humanos Jordi Amado & Consultores Asociados

El objetivo básico de toda política retributiva ha de ser lograr un equilibrio permanente entre las necesidades e intereses del despacho y de sus empleados. Ambos intereses son distintos, por ello si el despacho quiere obtener de sus empleados, en cualquier nivel, entusiasmo, entrega e ilusión, además de la simple presencia física, deberá lograr que los objetivos empresariales coincidan con los particulares.

La retribución constituye una poderosa herramienta de gestión de los recursos humanos. Su impacto y dimensión se refleja en toda una serie de objetivos que podemos lograr mediante su adecuada gestión.

- **Atraer buenos profesionales.** Mediante la implantación de sistemas retributivos que reconozcan la aportación conseguiremos aumentar la capacidad de atracción de nuestro despacho.
- **Retener a los empleados más valiosos.** La retribución vinculada al desempeño posibilita discriminar de manera objetiva entre los empleados más valiosos y los que no satisfacen las expectativas de rendimiento.
- **Estimular el rendimiento individual y colectivo.** La vinculación de determinadas recompensas a la consecución de determinadas metas u objetivos del despacho, contribuye a orientar y reforzar la conducta de los empleados hacia mayores cuotas de rendimiento.
- **Fomentar la fidelización de las personas al despacho.** A través de programas de formación y de planes de comunicación interna explicando cuáles son los objetivos, porqué su consecución es importante y cómo deben conseguirse, se identifica a los empleados con los objetivos del despacho.
- **Favorecer la adquisición y desarrollo de capacidades.** La retribución permite estimular el desarrollo de los empleados mediante una recompensa selectiva que premie la adquisición de aquellos conocimientos, habilidades y competencias que respondan a las necesidades críticas, presentes y futuras del despacho.
- **Difundir valores corporativos.** La retribución puede actuar como factor desencadenante o catalizador de proyectos de cambio y desarrollo organizacional.

retributivas se centran casi exclusivamente en la aplicación de retribución fija, si bien, los grandes y medianos despachos ya han incorporado o están empezando a incorporar modelos de compensación total.

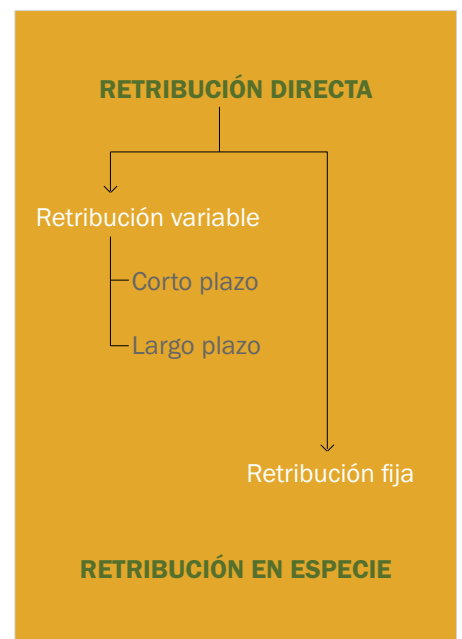
Teniendo en cuenta que el sector está compuesto en su gran mayoría por pequeñas empresas con plantillas hasta 20 empleados que suponen aproximadamente un 83%, la implantación en el sector de políticas retributivas integrales y flexibles se encuentra actualmente en su fase inicial de desarrollo.

Los nuevos modelos se basan en ofrecer paquetes de compensación personalizados, y están compuestos por:

La estructura salarial de toda empresa ha de cumplir dos principios:

1. **Equidad interna:** proporcionalidad entre las aportaciones y las percepciones salariales de las personas que integran la organización.
2. **Competitividad externa:** posición relativa de las remuneraciones de la empresa respecto a su mercado de referencia.

Actualmente en la mayoría de los Despachos Profesionales las políticas



RETRIBUCIÓN FIJA

El despacho debe establecer su posición competitiva en su mercado laboral de referencia: remunerar por encima, a nivel medio, por debajo de mercado o posicionamiento mixto, teniendo siempre en cuenta el tamaño del despacho y el volumen de negocio. Es muy importante disponer de información fiable y actualizada sobre las remuneraciones vigentes en el sector de los despachos correspondientes a cada puesto.

La personalización de la retribución fija se establece a través de bandas salariales por puesto en función de las competencias de cada empleado.

RETRIBUCIÓN VARIABLE

El despacho fija objetivos individuales y de empresa para sus empleados. En función de los resultados del despacho y los individuales se fija un bonus, el pago del cuál se realiza normalmente de forma anual (corto plazo).

La tendencia es extender la utilización de retribución variable a los mandos intermedios, para posteriormente hacerlo extensivo al resto de colectivos.

La retribución variable a largo plazo (superior a un año) se utiliza para reconocer la contribución del directivo al incremento del valor del despacho y al cumplimiento de objetivos corporativos estratégicos en el largo plazo. El sistema más utilizado son los bonos diferidos y los planes de opciones de compra de acciones.

La combinación de sistemas de retribución variable a corto y largo plazo personalizados permite cumplir objetivos de: atracción, retención y motivación.

RETRIBUCIÓN EN ESPECIE

Se trata de una serie de beneficios sociales no dinerarios que el despacho puede ofrecer a sus empleados, de los cuales el empleado puede escoger en función de sus necesidades y preferencias.

Las retribuciones en especie más comunes son:

- Ticket restaurante
- Seguro médico
- Seguro de accidentes
- Teléfono móvil
- Formación
- Entrega de equipos informáticos y servicios de conexión a Internet
- Ticket guardería
- Coches de empresa
- Planes de pensiones

Cada despacho seleccionará el tipo de beneficio que ofrecerá a sus empleados de forma general, y los que se ofrecerán de forma específica para determinados profesionales.

En consecuencia, los despachos han de replantearse su política retributiva adaptándola a los nuevos sistemas ya implantados en los grandes y medianos despachos y alineándola con su cultura, objetivos y orientación estratégica. ■

Ponencia en Rosario (Argentina)

Los trabajos y estudios realizados por Planificación Jurídica en el ámbito de la calidad han sido utilizados para la elaboración de la ponencia: *“Beneficios de la implementación de un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001:2000 en un estudio contable”*. La ponencia será presentada en el 16º Congreso Nacional de Profesionales en Ciencias Económicas realizado en la Ciudad de Rosario, en Argentina, los días 25, 26 y 27 de octubre de 2006. El autor del estudio y de la ponencia es Sergio Dino, doctorado en Contador Público y auditor interno ISO 19011:2000. El haber ayudado en la creación y en el desarrollo de esta ponencia nos llena de satisfacción, pues nos confirma una vez más como una empresa referente en el sector de los despachos profesionales.



Concepto	Atracción	Retención	Motivación
Retribución fija	Alta	Media	Media
Retribución variable a corto plazo	Alta	Media	Alta
Retribución variable a largo plazo	Baja	Alta	Media

ProDespachos: una plataforma de servicios para ayudar a los despachos profesionales a posicionarse mejor y a potenciar su marca

EL PORTAL DE LOS DESPACHOS PROFESIONALES

ProDespachos se trata de una aplicación del outsourcing en el ámbito del marketing para despachos.

Queremos ayudarles a competir empleando algunas de las herramientas utilizadas por las grandes firmas, pero sin necesidad de hacer grandes inversiones en la creación de un departamento de marketing interno. Pretendemos convertirnos no sólo en su gabinete de prensa sino incluso en algo más. A cambio de unas tarifas más que razonables, le ofrecemos un servicio adaptado a sus necesidades particulares.

Pero, exactamente, ¿qué servicios se incluyen en Prodespachos? La lista no está, para nada, cerrada. Pero por ejemplo, para empezar, y de una forma gratuita, puede formar parte o incluirse en el buscador; o bien a cambio de una tarifa, puede publicitar sus noticias en el Portal y en la News Prodespacho; tiene la posibilidad de realizar comunicados o notas de prensa a los diarios económicos más relevantes; o disponer de un estudio de mercado adaptado a sus intereses particulares; o formar parte del directorio

en soporte papel; o conseguir un publlirreportaje en nuestro portal... En todo caso, piensen que nuestra news irá dirigida a empresarios, que de algún modo pueden ser sus clientes potenciales.



www.prodespachos.com

NUESTRAS OBRAS

PUBLICACIONES



Dentro de los servicios que ofrece Planificación Jurídica-Centro de Documentación, está el de la elaboración de obras y trabajos habituales en el ámbito editorial, sobre todo podemos destacar a la editorial CISS, con la que hemos colaborado durante muchos años.

Analizando nuestros libros o publicaciones puede descubrirse que existen muchos puntos de conexión entre todas ellas. Obras como **GESTIÓN FISCAL EN LA EMPRESA, GESTIÓN FISCAL DE PATRIMONIOS, ÓPTIMO FISCAL Y TODO CONTABILIDAD**, publicadas por CISS, tienen en común una misma forma de entender la gestión fiscal y contable. En todas ellas, hemos pretendido combinar el rigor con el sentido práctico.

En el año 2004 salió la primera edición de **GESTIÓN FISCAL DE PATRIMONIOS Y GESTIÓN FISCAL EN LA EMPRESA**, y ya vamos camino de la tercera edición para el año 2007.

En el año 2005 asumimos el reto de elaborar la obra **TODO CONTABILIDAD**, y hoy ya es un éxito contrastado entre los profesionales y el mercado, asumiendo también los trabajos de futuro para su nueva versión on-line en el 2007, además de la obra en papel.

Desde hace años venimos ofreciendo también la obra en **CD ÓPTIMO FISCAL**.

JORDI AMADO & Consultores Asociados le ofrece

DOS NOVEDOSAS PLATAFORMAS DE EVALUACIÓN APLICADAS A LA GESTIÓN DE PERSONAL

¿Quiere seleccionar e incorporar a las personas adecuadas?
¿Quiere detectar y desarrollar a la personas con talento y potencial?
¿Quiere verificar el nivel de conocimientos técnicos?

Plataforma de pruebas psicotécnicas

Es una plataforma de evaluación a través de Internet con una alta capacidad predictiva que permite evaluar a las personas de forma integral y predecir el éxito de los candidatos en sus futuros puestos de trabajo.

Consta de varios productos (XT, Preview, Perspective, Team Análisis) herramientas que se utilizarán en función de los objetivos perseguidos y de los perfiles profesionales que se requieran.

Se evalúan estilos de pensamiento, rasgos de comportamiento, intereses profesionales, factores críticos del líder, capacidad de los empleados para atender al cliente, entre otros rasgos.

Precio (*) por la
administración de cada
prueba:

CLIENTES
110 €

NO CLIENTES
130 €

Plataforma de pruebas técnicas

Es una plataforma de pruebas técnicas a través de Internet que ayuda a verificar el nivel de conocimientos que tiene un candidato antes de incorporarlo o promocionarlo en la empresa.

Pruebas generales:

- Word
- Excel
- Power Point
- Access
- Inglés
- Velocidad de teclado

Pruebas específicas:

- Contabilidad
- Fiscal (operativa a partir de 30/11)
- Laboral (operativa a partir de 30/11)

Precio (*):

CLIENTES
30 € por la
administración de cada
prueba general.
50 € por la
administración de cada
prueba específica.

NO CLIENTES
40 € por la
administración de cada
prueba general.
60 € por la
administración de cada
prueba específica.

(*) A estos precios deberá sumarse el porcentaje de IVA vigente.

A través de un sistema muy sencillo (conexión a internet, usuario y password) el candidato podrá tener acceso a las plataformas de Jordi Amado & Consultores Asociados desde las instalaciones de la empresa contratante o desde las nuestras, y el cliente recibirá los informes detallados de las aptitudes de los candidatos en un plazo no superior a 24 horas.

Interesados contactar con **Cristina Arróniz**
Tel. **902 10 49 38**

Jordi Amado

& CONSULTORES ASOCIADOS

Compra-venta de despachos y carteras de clientes

Ref. 4384:

Asesoría multidisciplinar con sede en Barcelona desea encontrar un despacho, ya sea una asesoría, un despacho de abogados, un administrador de fincas o una correduría de seguros para asociarse y encontrar sinergias que ayuden a ambos a expansionarse y crecer de forma rápida.

REQUISITOS:

- Que estén ubicados preferentemente en: Barcelona y/o área metropolitana.
- Que tengan centrada su especialidad profesional en las áreas: jurídico mercantil, jurídico laboral, administración de fincas y seguros.

Ref. 4383:

Consolidado Bufete de abogados ubicado en Barcelona está interesado en comprar despachos y/o carteras de clientes.

REQUISITOS:

- Que estén ubicados físicamente y con carácter preferente en Barcelona capital, aunque no se descartan otros despachos en Cataluña.
- Que tengan centrada su especialidad profesional en las áreas de derecho mercantil, gestión fiscal y laboral. Igualmente no se descarta ningún despacho si tiene otras especialidades como procesal, urbanismo, etc.
- Que facturen anualmente entre 300.000€ y 1.000.000€ (teniendo en cuenta que podrán valorarse otras oportunidades que no se ajusten a la perfección en este intervalo).
- Que tengan más de 50 clientes.
- Se valorará el tema de las igualas.

Ref. 4382:

Firma en expansión está interesada en comprar despachos y/o carteras de clientes.

REQUISITOS:

- Que estén ubicados en el Vallés preferentemente y en segundo lugar en Barcelona ciudad.
- Que tengan centrada su especialidad profesional en todas o algunas de las áreas siguientes: Fiscal, Contable, Laboral, Jurídica y Financiera.
- Que facturen anualmente entre 240.000€ y 600.000€, sin descartar otras cifras inferiores si el equipo humano es bueno.
- Con una cartera de clientes diversificada.
- El propietario debería estar dispuesto a continuar durante un plazo razonable para evitar la pérdida de clientela.

Ref. 4381:

Firma de Abogados ubicada en el centro de Barcelona, especializada en derecho privado, de la empresa y nuevas tecnologías, está interesada en adquirir despacho o cartera de clientes en el ámbito Procesal, Jurídico, Fiscal, Laboral y de la Empresa.

REQUISITOS:

- Que estén ubicados preferentemente en Barcelona capital y/o área metropolitana.
- Que tengan centrada su especialidad profesional en al menos dos de las áreas citadas.
- Facturación mínima anual 300.000€
- Se atenderán todas las propuestas que se aproximen al perfil deseado.

El propietario debería estar dispuesto a continuar durante un plazo razonable para evitar la pérdida de clientela.

Si desea recibir **MÁS INFORMACIÓN** sobre cualquiera de estos anuncios contacte con:

Berta Dalmau (Dpto. Consultoría) / **Arnau Pérez** (Dpto. Comercial)

Telf: 902 104 938 E-mail: consultoria@jordiamado.com

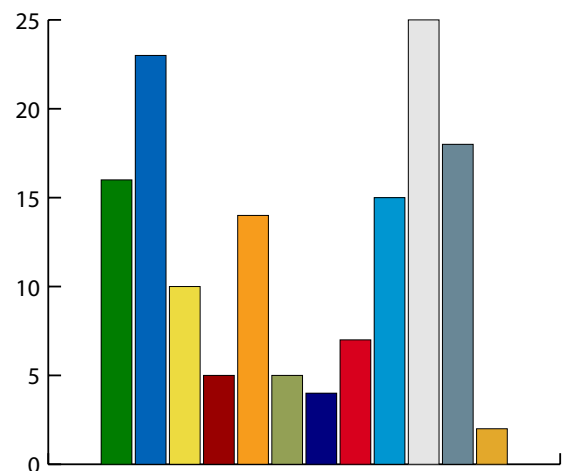
Proyectos increíbles & Clientes increíbles

Desde nuestros inicios en la actividad de consultoría hemos realizado diferentes trabajos y proyectos para algunos de nuestros clientes.

Algunos de los proyectos y trabajos realizados:

- Diseño de sistemas de gestión de los documentos de archivo de conformidad a la norma UNE-ISO 15489 Información y documentación - Gestión de documentos
- Gestión de documentos electrónicos
- Digitalización de documentos
- Gestión de fuentes de información
- Implantación de sistemas de calidad según la Norma ISO 9001:2000
- Adecuación a la normativa de protección de datos (LOPD)
- Elaboración de Documentos de Seguridad (LOPD)
- Selección de personal
- Evaluaciones de conocimientos, aptitudes y habilidades de profesionales
- Outsourcing en campañas de Renta y Sociedades
- Implementación de políticas retributivas
- Búsquedas de Gerentes y Responsables de Departamento
- Planificación de la sucesión del despachos profesionales
- Transmisión de despachos profesionales
- Búsqueda de socios estratégicos
- Diseño y ejecución de planes de prospección de mercados
- Planes de marketing operativos
- Planes estratégicos
- Estudios de satisfacción de clientes
- Diseño de políticas de precios
- Valoraciones del Fondo de Comercio
- Planes de comunicación global (imagen corporativa, etc.)
- Diseño de revistas corporativas en los distintos soportes
- Planes de expansión comercial
- Estudios de competencia
- Lanzamiento de nuevos servicios
- Diseño de portales web para atraer y fidelizar a clientes
- Estudios económico-financieros para acometer nuevas inversiones
- Trabajos de auditoría
- Asesoramiento ante inspecciones fiscales y/o laborales
- Planificación, comunicación y organización de eventos corporativos para clientes de despachos profesionales
- Impartición de formación para clientes de despachos profesionales

PROYECTOS DESARROLLADOS Y/O EN CURSO DURANTE 2006



■ PROTECCIÓN DE DATOS:	16%
■ OUTSOURCING CAMPAÑA IRPF E IS:	23%
■ WEBS Y PORTALES:	10%
■ CONSULTORIA ISO:	5%
■ COMPRAVENTA Y ALIANZAS:	14%
■ INFORMES Y DICTAMENES:	5%
■ PLANIFICACIÓN FISCAL:	4%
■ GESTIÓN DOCUMENTAL:	7%
■ MARKETING:	15%
■ SELECCIÓN RRHH:	25%
■ REUNIONES DE TRABAJO:	18%
■ CONTENIDOS A MEDIDA:	2%

NUESTRAS COLABORACIONES

- Curso "Gerencia y Dirección de Despachos Profesionales" para Escuela de Negocios FUNDESEM
- Seminario "Gestión documental y de archivos" para Col.legi d'Economistes de Catalunya.
- Seminario "Las fuentes de información fiscal-contable para asesorías y despachos profesionales" para Col.legi d'Economistes de Catalunya.
- Seminario "Planificación patrimonial y fiscal ante la reforma fiscal que entrará en vigor en el año 2007" para Asociación Profesional de Asesores Fiscales de la Comunidad Valenciana

AGENDA

GESTIÓN DE DESPACHOS

JORNADA: **La venta de servicios profesionales.**

La persuasión cara a cara

Días: 7 y 9 de noviembre de 2006

Horario: de 17:00h a 20:00h

Precio suscriptor: 155 euros + IVA

No-suscriptor: 195 euros + IVA

JORNADA: **Gestión del cambio en los despachos profesionales**

Día: 8 de noviembre de 2006

Horario: de 9:00 a 14:00h y de 16:00 a 19:00h

Precio suscriptor: 165 euros + IVA

No-suscriptor: 205 euros + IVA

JORNADA: **El gran desafío de los despachos profesionales: gestionar con éxito sus RRHH**

Día: 15 de noviembre de 2006

Horario: de 16:00h a 19:00h

Precio suscriptor: 105 euros + IVA

No-suscriptor: 135 euros + IVA

CONTABILIDAD

JORNADA: **Del Plan General Contable a las Normas Internacionales de Contabilidad. La información clave que todo asesor o contable debe dominar**

Días: 7 y 14 de noviembre de 2006

FISCALIDAD

JORNADA: **Sesión práctica y de actualización del IRPF del 2006 versus IRPF del 2007**

Días: 6 y 16 de noviembre de 2006

JORNADA: **Impacto de las nuevas medidas contra el Fraude Fiscal en la empresa**

Día: 14 de noviembre de 2006.

JORNADA: **IVA inmobiliario**

Día: 21 de noviembre de 2006

JORNADA: **Cierre y optimización fiscal-contable del ejercicio 2006**

Día: 23 de noviembre de 2006

JORNADA: **Sociedades Patrimoniales: Cierre fiscal-contable del ejercicio 2006**

Día: 29 de noviembre de 2006

LABORAL

JORNADA: **Aspectos clave para optimizar la gestión de nóminas y cotizaciones a la Seguridad Social**

Días: 8 y 15 de noviembre de 2006