



Entrevista con
Silvia Pérez-Navarro
Socio-Directora de Iterlegis Legal

“Empezar un negocio en tiempos de crisis siempre es difícil, pero esperamos que con el tiempo nos lleguemos a consolidar como firma líder en la búsqueda de abogados en España.”



Silvia Pérez-Navarro Castillo es socia directora de Iterlegis Legal Staffing Solutions, S.L. Silvia se licenció en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid (San Pablo C.E.U.) en 1.990, y obtuvo el título de posgrado *magna cum laude* en Derecho Internacional y Comunitario (LL.M.) por la Universidad Católica de Lovaina (Bélgica) en 1.993. Silvia ha ejercido el Derecho durante más de catorce años, comenzando con unas prácticas en el Tribunal de Primera Instancia de las Comunidades Europeas en Luxemburgo. A continuación trabajó durante cinco años en las oficinas de Bruselas y Madrid del despacho de abogados Clifford Chance, en el departamento de Derecho de la Competencia y Comunitario. Posteriormente, tras trabajar como asesora externa de

EGEDA (Entidad de Gestión de los Derechos de los Productores Audiovisuales) durante un año, se unió al equipo del despacho de abogados de Linklaters en Madrid para iniciar y dirigir el departamento de Derecho de la Competencia y Comunitario, donde trabajó durante siete años. Desde el 1 de septiembre de 2.008, Silvia es socia directora de Iterlegis en Madrid.

Describanos a Silvia Pérez-Navarro en lo personal y en lo profesional

Creo que no hay gran diferencia en cómo me muestro en el ámbito personal y en el profesional. Soy transparente, sociable, con gran interés por las personas y curiosidad intelectual, perfeccionista y organizada.

Iterlegis Legal se define como una empresa de headhunting. ¿Nos podría explicar este concepto?

Al menos, desde la perspectiva de la actividad de Iterlegis, se trata de la búsqueda de personas con talento especial para el desempeño de un puesto determinado que requiera unas cualidades muy específicas, normalmente de alto perfil.

Usted ha trabajado como abogada en ejercicio durante algunos años, trabajando en despachos como Clifford Chance y Linklaters . ¿como se produce este giro en su carrera profesional?

Si bien siempre planeé mi carrera como abogado orientada al ejercicio en despacho grande y con estancias en el extranjero, también pensaba que no me gustaría desempeñar un único tipo de trabajo a lo largo de mi vida. Decidí primero dejar el ejercicio para cerrar esa etapa (que por cierto me apasionó y de la que aprendí muchísimo), y también porque quería distribuir mi tiempo entre mi trabajo y mi familia de forma más equilibrada. Después me llegó la oportunidad de trabajar en Iterlegis, y me pareció un proyecto tan atractivo que no pude rechazarlo.

¿Que le resulta más atractivo en este nuevo proyecto?

Tener la sensación de ayudar a los demás, aunque parezca un tópico. Al cliente, proporcionándole un abogado que le encaje tanto técnica como personalmente, facilitándole su labor diaria, y al candidato, encontrándole un trabajo adecuado a su perfil y a sus expectativas. Al fin y al cabo, el trabajo es un aspecto fundamental de la vida de una persona y poder ayudar a los abogados en ese sentido me resulta muy satisfactorio. Además, me permite seguir en contacto con el entorno legal, del que me siento parte.

¿Cómo afronta una empresa como la suya la situación de crisis económica?

Iterlegis nació con un plan de crecimiento contenido, al igual que la empresa matriz en Bélgica, Vialgis. Si bien es evidente que el mercado laboral legal se ha ralentizado de forma importante por la actual situación económica, estamos cumpliendo nuestras previsiones recibiendo búsquedas poco a poco, pero de clientes de muy alto perfil. De la misma manera, hemos sido muy bien recibidos por los candidatos. Empezar un negocio en tiempos de crisis siempre es difícil, pero esperamos que con el tiempo nos lleguemos

a consolidar como firma líder en la búsqueda de abogados en España, al igual que ha ocurrido en Bélgica y está ocurriendo en Luxemburgo.

¿En que medida ha afectado la crisis al mercado laboral legal?

En la actualidad el movimiento de abogados ha disminuido de forma importante en comparación con la situación de hace tres o cuatro años. Los despachos no han paralizado del todo su política de contratación de abogados, al ser uno de sus activos principales que pueden justificar con el trabajo que tengan en determinadas áreas, como procesal, fiscal, laboral o refinanciaciones. Sin embargo, las empresas están sometidas a unos presupuestos muy estrictos y las contrataciones de abogados se hacen en casos más puntuales en los que hay una vacante clara. También, intentan cubrir puestos con abogados más junior de los que quizás contratarían en un clima económico más favorable.

¿Existen diferencias entre el mercado laboral legal y otros mercados laborales?

Además de la diferencia explicada marcada por la estructura de los despachos, el mercado laboral legal se caracteriza por unas relaciones de confianza personal entre las partes, que se traduce en unas normas no escritas que se deben conocer bien para entenderlo. Por otra parte, el perfil del abogado suele ser sofisticado, exigente y muy dinámico, con gran vocación personal por su trabajo.

¿Cual es el perfil profesional más buscado en Iterlegis Legal?

En la actualidad se buscan abogados de una experiencia intermedia, entre dos y seis años, especialistas en Derecho Procesal, Laboral y Financiero para despachos, y más generalistas para empresas. También se requieren abogados senior con perfil de socio que aporten negocio a despachos.

¿Cómo se descubren los Talentos?

En nuestro caso, teniendo muy buenos contactos en un círculo de abogados altamente cualificados, haciendo una búsqueda exhaustiva y sabiendo escuchar detenidamente al cliente y al candidato para asegurarnos de que la relación funcionará a largo plazo.

¿Cuál es la respuesta de un abogado cuando recibe la llamada de un *headhunter*?

En principio no se sorprenden. La decisión de cambiarse depende en gran medida si el proyecto que podamos ofrecerles es de su interés.

¿Qué categoría de necesidades de sus clientes cubre con sus actividades? Abogados especialistas jóvenes, futuros socios, jefes de departamento?

Dentro del nicho de abogado de despacho relevante y de asesoría de empresa de cierta entidad, cubrimos todo tipo de necesidades en el mercado legal, dependiendo de lo que el cliente requiera en cada momento, tanto abogados de dos años de experiencia en adelante, como socios de despacho o director de asesoría jurídica. Por otra parte, hemos

introducido la figura del abogado para proyecto temporal para asesoría de empresa, muy interesante para cubrir una punta de trabajo o un asunto muy especializado y complejo. Debido a que los consultores de nuestra firma son abogados y conocen muy bien la profesión, podemos proporcionar tanto perfiles generalistas como aquellos que estén muy especializados en un área muy concreta del Derecho.

La creciente competencia en España entre bufetes debería haber cambiado el perfil de los candidatos. ¿Es suficiente una gran capacidad técnica o se requiere también una buena dosis de actitud comercial?

Personalmente creo que para prosperar en un despacho de abogados es imprescindible tener ciertas cualidades comerciales, pues el despacho es un negocio que se nutre de clientes y los abogados, llegado el momento en su carrera, deben poder contribuir a aquél. Así, la clásica distinción entre el abogado que destaca por sus conocimientos técnicos y el que posee un don comercial innato tiende a desaparecer, siendo cada vez más los despachos que requieren ambas cualidades para hacer carrera.

¿En una fusión de bufetes es útil el trabajo de un *headhunter*?

Creo que es muy útil, porque les ayuda a diseñar la estructura del despacho que desean conseguir tras la fusión. Por otra parte, un aspecto que es también muy importante y en el que podemos ser de ayuda es el de la gestión interna de los cambios producidos por la fusión y la ayuda a los profesionales que salen de los despachos, mediante el servicio de *outplacement*, tan desarrollado en los mercados anglosajones.

¿En que confía usted más, en su experiencia y conocimientos o en las pruebas objetivas (test personalidad y psicotécnicos)?

Confío más en la experiencia y los conocimientos del sector. Una de las claves del éxito de nuestra firma, como ya está demostrado en Bruselas, es nuestro profundo conocimiento y experiencia en el mercado legal, tanto como candidatos como en calidad de responsables de equipos de abogados. Asimismo, como abogados hemos trabajado con los equipos de asesoría interna de empresas. Lo anterior hace que entendamos a la perfección las necesidades de nuestros clientes y de nuestros candidatos, poniéndonos en su lugar.

Iterlegis tiene como consultores a abogados. ¿Qué ventajas y desventajas ofrecen respecto a los técnicos en selección clásicos como los psicólogos o expertos en recursos humanos?

Las ventajas ya las he explicado en la respuesta anterior. Añadiría que los clientes y los candidatos se sienten muy cómodos con nosotros y nos tratan como a alguien más de su círculo. Creo que si se debe escoger uno y otro perfil, el de abogado con experiencia proporciona una visión más global de la profesión, y los resultados son muy buenos.

¿Que consejos y recomendaciones daría usted a un candidato que acude a una entrevista de selección a su empresa?

Que sea él mismo y no pretenda ser lo que no es, aunque tampoco deben olvidar que están en una entrevista de trabajo. También recomiendo que preparen bien la entrevista informándose sobre la empresa o el despacho, analizando qué esperan del puesto en concreto y qué pueden ofrecer, pero sin adoptar una pose demasiado estudiada.

Por su experiencia : ¿Cuál es el error principal que un candidato comete en las entrevistas de selección?. Nos puede comentar alguna anécdota

Pretender aparentar ser más de lo que es y ocultar situaciones que pueden resultar delicadas, como un despido o una incompatibilidad de caracteres. Al tratar con muchas personas siempre hay anécdotas, pero prefiero reservármelas por discreción y respeto hacia mis candidatos.

Lawyerpress somos un medio especialista en Marketing y Comunicación por ello nos gustaría conocer ¿cuales son las actuaciones y herramientas principales de su empresa en el área de Marketing y Comunicación?

En un principio, respondiendo a nuestra filosofía del trato personalizado y el crecimiento contenido, nuestra estrategia se ha basado en las relaciones personales y mediante el trabajo bien hecho. Lo anterior lo estamos complementando ahora con un plan de marketing adecuado al interlocutor que tenemos, es decir, con acciones muy concretas y definidas que aporten algo a los abogados a los que nos damos a conocer.