

**El Branding Personal y la Inserción Profesional del joven abogado.  
Métodos Efectivos para Forjar una Identidad Profesional Distintiva en el sector legal**

*“Branding is the art of aligning what you want people to think about you, with what people actually think about you”*

*Aliza Licht*

**Marta Renedo Brú de Aragón**  
Estudiante Máster Acceso a la Abogacía y Procura ICAM

Este trabajo aborda la importancia del branding personal para jóvenes abogados, destacando la diferenciación en un mercado competitivo y cómo construir una marca sólida ayuda a resaltar habilidades únicas. Analiza la necesidad de especialización en la abogacía, la relevancia de la experiencia internacional y la importancia del networking en la profesión legal.

Destaca las soft skills, habilidades personales fundamentales para el éxito en la abogacía, y cómo actividades como los Moot Courts o asociaciones, pueden fortalecer estas habilidades. Concluimos resaltando que en efecto, una marca personal bien desarrollada permite conectar con los clientes adecuados y construir relaciones sólidas, siendo crucial para el éxito a largo plazo en el campo legal.

## ÍNDICE

<b>La importancia de la diferenciación y marca personal .....</b>	<b>3</b>
<b>Desafíos y Diferenciación para el Recién Graduado.....</b>	<b>4</b>
<b>La Especialización en la Abogacía: ¿Es necesaria? .....</b>	<b>5</b>
<b>Experiencia Internacional .....</b>	<b>6</b>
<b>Networking.....</b>	<b>7</b>
<b>Soft Skill.....</b>	<b>9</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>11</b>

## **1. La importancia de la diferenciación y marca personal.**

Decía Séneca que *“No hay viento favorable para el que no sabe adónde va”*. Y es que el entorno profesional se vuelve cada vez más y más competitivo, dificultando quizás el ingreso a la profesión a los jóvenes juristas. Sin embargo, lejos de percibir dicha competitividad como un obstáculo, debemos de interpretarla como un desafío: el desafío de saber diferenciarnos.

Esta diferenciación enlaza perfectamente con el tema que buscábamos abordar hoy, sobre la marca personal ya que ambos son conceptos clave en la carrera de un abogado o jurista joven. La diferenciación implica destacar y hacerse único en un mercado altamente competitivo. En la abogacía, esto significa saber identificar y resaltar nuestras fortalezas, habilidades y áreas de especialización que te permitirán diferenciarte de otros abogados de tu mismo perfil. Hablamos de saber desarrollar un enfoque en una rama específica del derecho, aprovechar nuestra gran perspectiva innovadora o nuestra capacidad y facilidad para conectar con los clientes, entre otros atributos.

Según el estudio que tomaremos como referencia a lo largo de este trabajo, de la firma CMS Abogados, *Guía para gerentes legales: Más allá de la marca personal*, tan solo el 3% de los altos cargos en despachos estiman que la marca personal no es relevante en la abogacía. Así mismo, el 66% de los encuestados creen que lo verdaderamente relevante a la hora de desarrollar la carrera profesional dentro del despacho es relacionarse con el resto de compañeros de profesión y entablar relación, creando una red de networking sólida.

La marca personal es pues la imagen que proyecta uno como profesional. Se trata de cómo se presenta uno, cómo comunicar los valores, la experiencia y nuestra visión en el campo legal. Para un abogado joven, construir una marca personal sólida implica ser auténtico y consistente en la forma en que se relaciona con clientes, resto de compañeros de profesión e incluso colegio profesional. Así mismo, durante los últimos años, nuevos conceptos han acaparado escena. Hablamos de términos como la sostenibilidad, la tecnología o la diversidad. Los jóvenes talentos que se formen en dichas áreas gozarán pues de una mayor diferenciación a la hora de buscar empleo y desarrollar su carrera profesional.

## 2. Desafíos de Diferenciación para el Recién Graduado.

La diferenciación, como indicamos, se convierte en la base sobre la cual se construye una marca personal. Identificar y comunicar de manera clara y convincente es esencial para destacar en un mercado competitivo, estableciendo una marca personal que sea, ante todo, auténtica y atractiva para clientes potenciales.

Nos parece bastante relevante el siguiente esquema extraído del informe anteriormente comentado de la firma CMS, acerca de las características principales de una marca personal.

### Características principales de la marca personal



**Estratégica:**  
Dirigida a una audiencia claramente definida, generalmente con intereses similares a los propios.



**Positiva:**  
Aspira a generar una impresión favorable y crear una buena imagen y reputación profesional.



**Prometedora:**  
Transmite la promesa de un talento, experiencia, perspectiva y habilidades.



**Personal:**  
Indelegable en términos de comunicación, desarrollo y aptitudes, así como también requiere comparación con otros individuos.



**Elaborada:**  
Depende del uso consciente y planificado de palabras e imágenes para respaldar el mensaje.

### Informe CMS

#### *Guía para gerentes legales: Más allá de la marca personal*

A través de un branding adecuado, representamos estratégicamente la identidad, valores y habilidades personales que le diferencian a uno como profesional aunque depende también de la facilidad que el profesional demuestre a la hora de entablar relaciones con los clientes, así como de atraer oportunidades laborales y en última instancia, de fortalecer su reputación en la industria legal.

El sector de la abogacía se distingue por ser un ámbito en el que los valores morales, la capacidad de conexión humana y la credibilidad o transparencia son fundamentales. Los profesionales legales no solo son intérpretes de la ley, sino también defensores de los derechos de sus clientes y finalmente, de la justicia.

Su éxito profesional depende pues, en gran medida de la confianza que generan a través de su integridad, honestidad y habilidad para conectar con las necesidades y preocupaciones de sus clientes. La capacidad de establecer relaciones sólidas y empáticas es esencial, ya que los abogados deben comprender profundamente las circunstancias individuales de sus clientes para así poder representarlos de manera efectiva. La empatía y la habilidad para comunicarse de manera clara y comprensible también son valores altamente apreciados en este sector, ya que permiten establecer una relación de confianza que es clave para el éxito en la resolución de casos y la prestación de servicios legales.

Además, el sector legal valora la integridad profesional, la transparencia en la gestión de los casos y la defensa firme de los principios éticos. Estos valores no solo contribuyen a la reputación y credibilidad del abogado, sino que también fortalecen la relación con los clientes, generando un entorno de colaboración y confianza mutua. Sin embargo, **¿cómo aplica esto a un recién graduado en Derecho o joven colegiado que acaba de iniciar su camino en la profesión?** Pensemos en un joven que no ha realizado unas prácticas que le permitieran observar cómo funciona una actuación en sala. Imaginemos un joven colegiado que no sabe cómo dirigir un despacho o una recién graduada en Derecho que desconoce qué especialización realizar. Estas situaciones son cada vez más frecuentes.

Aparentemente, muchas premisas acerca de la marca personal o sobre la diferenciación no les serían directamente de aplicación, por la fase inicial en la que se encuentran, pero estudiemos algunas técnicas o estrategias a continuación que este autor considera relevantes tener en consideración, al iniciar la profesión.

### **3. La Especialización en la Abogacía: ¿Es necesaria?**

La especialización en la abogacía es un tema más que debatido. Por un lado, muchos argumentan que la especialización permite destacar en un campo específico, brindando conocimientos profundos y experiencia focalizada. Por ejemplo, un abogado especializado en derecho laboral podría dominar mejor las complejidades de los conflictos laborales y ofrecer soluciones más precisas a los clientes. Además, con la creciente tendencia que se encuentra

experimentando la inteligencia artificial y similares, los jóvenes graduados pueden desarrollar conocimientos innovadores y desde luego, únicos, que les permitirá destacar a futuro.

Sin embargo, otros profesionales sostienen que la generalización inicial puede ser la opción más beneficiosa, ya que permite una comprensión más amplia de varias áreas legales. Por ejemplo, un abogado generalista podría adaptarse mejor a diferentes casos y situaciones, ofreciendo un enfoque más holístico a los clientes y aportando, por ende, mayor valor al despacho o entidad en la que se encuentre desempeñando la profesión.

Por tanto, si bien la especialización puede ofrecer ventajas en términos de conocimiento profundo, la flexibilidad y adaptabilidad de un enfoque generalista también tienen sus méritos. La decisión entre especialización o generalización puede depender de los intereses individuales, la demanda del mercado y las oportunidades laborales disponibles. Así mismo, el alto precio de los postgrados ha inclinado la balanza los últimos años al enfoque generalista, fomentando el autoaprendizaje en el sector.

#### **4. Experiencia Internacional.**

Esta cuestión ha sido también muy debatida. Aunque la práctica legal tiende a ser predominantemente local, la adquisición de experiencia internacional puede ser un diferenciador significativo para los abogados. En primer lugar, trabajar en un entorno global ofrece una visión más amplia de los sistemas legales, regulaciones y culturas, enriqueciendo la comprensión del derecho y su aplicación en diferentes contextos.

Esta perspectiva global puede potenciar la capacidad de adaptación y resolución de problemas en situaciones complejas. Por otro lado, la exposición a equipos multiculturales fortalece las habilidades interculturales, facilitando la comunicación efectiva y la colaboración con clientes y colegas de diversas procedencias. Además, tener conocimientos en derecho internacional, tratados o litigios transfronterizos puede ser valioso en áreas como el comercio internacional, derecho corporativo o resolución de disputas internacionales.

La experiencia internacional también desarrolla habilidades clave como la adaptabilidad y la flexibilidad para enfrentar desafíos. Aunque la práctica legal es

principalmente local, como indicamos anteriormente, la experiencia global puede destacar a un abogado, mostrando su capacidad para trabajar en contextos distintos.

No solo amplía la perspectiva y las habilidades del abogado, sino que también puede ser un valor estratégico al demostrar su capacidad para enfrentar desafíos globales y trabajar eficazmente en un mundo cada vez más interconectado y global. Aquí cabe preguntar acerca de una cuestión más que demandada por los jóvenes abogados que ingresan en grandes despachos: los *secondments*.

Los *secondments* son asignaciones temporales en las que un abogado de una firma es asignado a trabajar temporalmente en otra firma legal, departamento legal de una empresa o una organización externa, normalmente en distintos países. Suelen ser muy comunes en los grandes despachos de nuestro país. Durante este periodo, el abogado sigue siendo empleado de su despacho de origen, pero se integra en el equipo de trabajo del lugar al que es asignado. Esto favorece altamente la capacidad de adaptación del profesional. Estas asignaciones suelen tener una duración determinada, que suele variar desde unos meses hasta un par de años. Durante este tiempo, el abogado tiene la oportunidad de obtener experiencia en una nueva área legal, desarrollar habilidades específicas o trabajar en un entorno diferente al de su firma de origen.

Es pues **¿beneficioso realizar un secondment?** En nuestra opinión, desde luego. Los *secondments*, como decíamos, son beneficiosos tanto para el abogado como para su despacho. Para el joven abogado, ofrecen la oportunidad de adquirir experiencia práctica en diferentes contextos legales, desarrollar habilidades específicas y ampliar su red de contactos. Para el despacho, proporcionan una forma de fortalecer relaciones con clientes externos, entender mejor las necesidades legales de esos clientes y adquirir conocimientos valiosos sobre otros entornos legales o industriales.

## **5. Networking.**

El networking es, desde nuestro humilde punto de vista, lo más fundamental para el joven abogado en la construcción de su marca personal. Implica establecer y mantener

relaciones profesionales con colegas, clientes potenciales, mentores y otros profesionales del campo legal. Se trata de una herramienta poderosa que le permitirá interactuar con otros profesionales, mostrando sus habilidades, conocimientos y ética laboral, lo que contribuirá claramente a definir su reputación y diferenciarse en un mercado competitivo.

El networking ofrece oportunidades de aprender de colegas más experimentados, acceder a consejos valiosos y encontrar mentores que pueden guiar en el desarrollo profesional. Además, al participar en eventos de networking, conferencias, seminarios y asociaciones profesionales, el joven abogado puede aumentar su visibilidad en la industria y establecer conexiones que pueden generar oportunidades laborales futuras. El enfoque en la marca personal implica transmitir una imagen coherente y auténtica, permitiendo que esta imagen se proyecte a través de interacciones profesionales, mostrando el compromiso, la confiabilidad y el valor que el joven abogado puede aportar al campo legal.

Pero, **¿cómo empezar a crear una red de contactos?** Personalmente creo que hay varias opciones muy interesantes. En primer lugar, acudir al Colegio Profesional correspondiente. Por ejemplo, el Colegio de la Abogacía de Madrid cuenta con una Sección completamente dedicada a los profesionales recién incorporados. Además, la cantidad de eventos que se suelen celebrar en el Colegio es incalculable, pudiendo asistir recién colegiados o estudiantes de derecho. También los despachos y firmas legales organizan mensualmente determinados eventos acerca de actualidad jurídica que además de ofrecer una visión técnica enriquecedora, reúne a los profesionales de distintas ramas en un mismo lugar. Por otro lado, las redes sociales, en especial LinkedIn. Esta plataforma permite llegar a numerosos profesionales de manera rápida y dinámica. Desde antiguos profesores a futuros compañeros de profesión. Además dispone de una sección dedicada al completo a eventos profesionales e incluso a empleos donde el joven profesional sería un potencial candidato. Publicar contenido, redactar artículos y darse a conocer nunca había sido tan sencillo.

Otra manera de realizar networking y darse a conocer en el mundo legal es formar parte de asociaciones profesionales diversas como **Women in the Legal World**, una red de colaboración que impulsa el papel de la mujer en los comités, consejos, universidades, despachos y empresas del sector legal, el Club Español de la Litigación de los Negocios, comunidad de profesionales dedicados a la litigación judicial en el ámbito del Derecho de los negocios, **Círculo Económico Joven**, comunidad de talento joven que busca conectar talento



joven con grandes personalidades del mundo empresarial y económico, **Nova Talent**, red de talento, entre otros muchos.

## **6. Soft Skills.**

Las *soft skills*, o habilidades blandas, se refieren a las características personales, sociales y de comunicación que influyen en la forma en que interactuamos con los demás, trabajamos en equipo y manejamos situaciones diversas en el entorno laboral. Son atributos personales que influyen en la interacción con otros y el desempeño en entornos laborales. Estas cualidades, complementarias a las habilidades técnicas o *hard skills*, son esenciales para el éxito profesional, incluyendo la práctica legal. Entre estas habilidades se encuentran la comunicación efectiva, el trabajo en equipo, el liderazgo, la adaptabilidad, la gestión del tiempo y la inteligencia emocional.

Aunque no son fácilmente cuantificables, son fundamentales para establecer relaciones, resolver conflictos, liderar equipos y manejar situaciones desafiantes en el ámbito legal. En la abogacía, estas habilidades son cruciales para interactuar con clientes, colegas y jueces de manera efectiva, lo que contribuye al desarrollo de una práctica exitosa y a la diferenciación en un mercado competitivo.

En la abogacía, este tipo de habilidades desempeñan un papel fundamental. La comunicación efectiva, por ejemplo, es crucial para interactuar con clientes y jueces, ya que nos permitirá transmitir ideas aparentemente complejas de manera clara y comprensible. El trabajo en equipo, también es esencial para colaborar en casos multidisciplinarios o en bufetes grandes, garantizando un enfoque cohesivo y eficiente en la resolución de problemas legales.

El liderazgo, por otro lado, se muestra en la capacidad para dirigir equipos, motivar a otros y tomar decisiones estratégicas en la gestión de casos. La adaptabilidad es clave en un entorno legal cambiante, permitiendo a los abogados ajustarse rápidamente a nuevos desafíos y situaciones. La gestión del tiempo es otra habilidad vital para cumplir con plazos, organizar múltiples casos y maximizar la productividad. La inteligencia emocional es esencial para manejar situaciones estresantes, entender las necesidades emocionales de los clientes y colegas, y resolver conflictos de manera constructiva.

En resumen, las *soft skills* son críticas en la abogacía, ya que complementan las habilidades técnicas y son fundamentales para establecer relaciones sólidas, resolver disputas y liderar equipos, contribuyendo al éxito profesional en el campo legal. Una manera interesante de cultivarlas es participando en *Moot Courts*. Un *Moot Court*, para el que desconozca el término, es una simulación de un tribunal en la que estudiantes de derecho participan para practicar y mejorar sus habilidades de argumentación legal, análisis de casos y oratoria. Estos eventos suelen imitar procedimientos judiciales reales, donde los estudiantes representan a las partes involucradas en un caso hipotético, ya sea como abogados de la acusación o la defensa. Los equipos participantes reciben un caso ficticio con problemas legales complejos que deben investigar, analizar y presentar ante un panel de jueces o expertos legales.

Durante el Moot Court, los estudiantes presentan sus argumentos, defienden sus posiciones, responden preguntas del tribunal y a veces tienen la oportunidad de rebatir los argumentos de los oponentes. Son comunes en muchas facultades de derecho y pueden ser competiciones a nivel nacional o internacional, ofreciendo a los participantes una experiencia valiosa en un entorno similar a una sala de audiencias real.

Este tipo de actividades aunque exigentes, permiten al joven profesional desarrollar una serie de habilidades en escenarios simulados, donde podrá cometer errores y aprender de sus compañeros. A menudo, los profesionales ingresan al mundo laboral con sólidos conocimientos técnicos pero descuidan habilidades igualmente importantes en la práctica diaria de la abogacía. Desde la capacidad de entablar diálogos efectivos con la contraparte hasta liderar equipos, estas habilidades son esenciales, especialmente para los socios directores en despachos de abogados. Como señala Felipe Herrera en la página de Abogacía Española, en el sector legal se ha reconocido que, si bien las habilidades técnicas son necesarias (las "hard skills"), las habilidades interpersonales y blandas (las "soft skills") son fundamentales para tener profesionales versátiles que sean productivos en todos los aspectos. Exponerse a situaciones desconocidas o aparentemente incómodas, como un Moot Court, puede ser enormemente beneficioso para adquirir y mejorar estas habilidades.

## **7. Conclusiones.**

Para destacar en este entorno altamente competitivo es esencial desarrollar una buena marca personal que exprese al máximo los valores e ideales que nos caracterizan. Por ejemplo, un abogado especializado en derechos humanos puede construir una marca personal enfocada en la justicia social, promoviendo su experiencia y compromiso con casos significativos en este campo. Otro abogado puede destacar en litigios de propiedad intelectual, posicionándose como un experto a través de publicaciones, conferencias y participación en casos de alto perfil en esta área.

Esta diferenciación es esencial, ya que la marca personal ayuda a los clientes a identificar rápidamente los valores, habilidades y áreas de especialización de un abogado. Por ejemplo, un bufete de abogados que se destaca por su enfoque en litigios empresariales complejos puede atraer a clientes corporativos en busca de representación especializada.

Además, una marca personal fuerte contribuye completamente a la construcción de confianza. Un abogado que se enfoca en casos de lesiones personales y que ha establecido una marca personal centrada en la empatía y el compromiso con las víctimas puede atraer a clientes que buscan un enfoque humano en la representación legal. La visibilidad es otro aspecto crucial. Los jóvenes abogados, aprovechando además sus dotes tecnológicas, pueden utilizar estrategias de branding personal, como presencia activa en redes sociales profesionales, blogs o participación en eventos de la industria, para aumentar su visibilidad y reputación en el sector legal.

En resumen, una marca personal bien desarrollada en el campo legal no solo ayuda a diferenciar a los abogados en un mercado competitivo, sino que también facilita la conexión con los clientes adecuados, contribuye a construir relaciones sólidas y puede llevar al éxito profesional a largo plazo.

## **BIBLIOGRAFÍA**

CMS. Más allá de la marca personal. Guía para gerentes legales. (2022) Disponible en <https://cms.law/en/media/local/cms-ca/files/publications/publication/guia-para-gerentes-legales-mas-alla-de-la-marca-personal?v=2>

Ilustre Colegio de Abogados de Madrid ICAM. (s. f.). *HOME - ICAM - Ilustre Colegio de la Abogacía de Madrid*. ICAM - Ilustre Colegio de la Abogacía de Madrid. Disponible en <https://web.icam.es/>