

Estudios Jurídicos
Los 7 fenómenos presentes
noviembre 2018

¡Estamos pedaleando!
(frase recurrente)

¡Algo está sucediendo!

A. Las razones

Vienen cambios y momentos difíciles, generados por 3 razones

Crecimiento de la **competencia**: más actores / más alianzas entre firmas

Incremento de los **costos** de prestación del servicio (estudio de normativa y jurisprudencia)

Cambio y diversificación creciente en la entrega del servicio: tecnología (Inteligencia artificial) y personas (millennials)

B. Algunos datos

Chambers & Partners 2019:

- a. 175 estudios con alguna mención (20 más que en la versión anterior)
- b. Un total de más de 640 menciones de abogados rankeados
- c. 13 estudios con más de 10 menciones
- d. Especialidades con hasta 70 abogados mencionados

C. Los 7 fenómenos

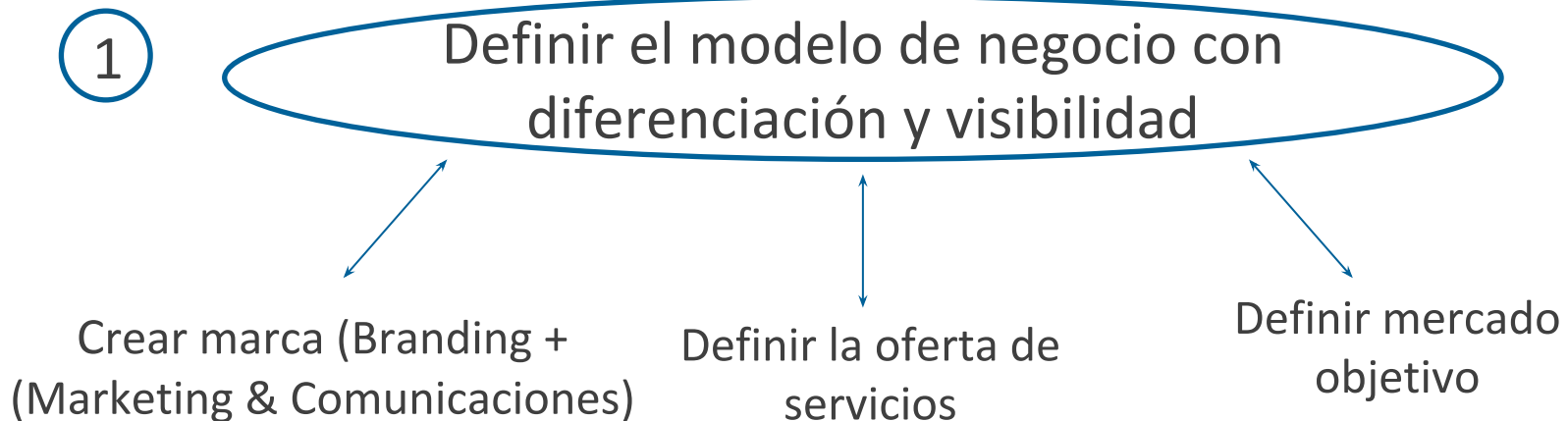
Que están impactando la industria de los estudios jurídicos:

1. Desembarco de firmas internacionales
2. Precios más competitivos y negociados (más por menos)
3. Clientes más exigentes y que “vitrianean”
4. Abogados jóvenes (millennials) más esquivos y empoderados
5. Incremento de costos por inversión en management y tecnología
6. Amenaza de la inteligencia artificial
7. Complejidad de las leyes

Cómo abordar este escenario

Modelo de negocio, diferenciación, visibilidad

Tres focos principales



Orientación creciente a servicios de alto valor agregado para los clientes

Management, marketing y tecnología

2

Invertir en Management,
Marketing y Tecnología

Reconocer la rentabilidad interna del negocio (dónde está la agregación de valor) e invertir en Marketing & Comunicaciones para generar visibilidad

Integrar la tecnología para lograr mayor eficiencia, aminorando los costos

Orientación creciente a servicios de alto valor agregado para los clientes

Flexibilidad, eficiencia

3

Organización flexible y eficiente

Conformar equipos y alianzas que aporten (equipos por proyectos)

Fomentar el teletrabajo o trabajo remoto

Integrar la inteligencia artificial

Orientación creciente a servicios de alto valor agregado para los clientes

El sello del futuro

**Todo estudio debe reconocerse y saber
dónde está su valor**

Conocer sus ventajas competitivas

Innovar, innovar, innovar

Finalmente: priorización y planificación

Es necesario **avanzar decididamente y con convicción**, abordando los 3 focos:

- modelo de negocio y diferenciación
- invertir en management
- generar una organización flexible

i) Definiendo prioridades y

ii) Estableciendo acciones bien pensadas

