

## **Lefebvre analiza el nivel de confianza en el sector legal y del asesoramiento profesional**

**Según el estudio en el que está trabajando la compañía líder en soluciones jurídicas, para los despachos de abogados la innovación es una parte fundamental en su estrategia de confianza**

Lefebvre, compañía líder en soluciones jurídicas, está llevando a cabo un exhaustivo análisis sobre la confianza en el sector legal y del asesoramiento profesional para identificar cuál es la situación actual en el ámbito legal, así como los retos y las oportunidades. Este documento tiene como objetivo resolver cuestiones como cuál es el nivel de confianza que poseen los clientes actualmente en el sector legal, qué impacto tiene la relación de los clientes con los despachos de abogados o cómo puede contribuir la innovación a la recuperación de la confianza en este sector. Según ha manifestado José Angel Sandín, CEO de Lefebvre, “la confianza es la que nos mueve como empresa”. “Nuestro objetivo es medir la confianza en el sector y, a su vez, crear confianza a través de la innovación”.

La obtención de la confianza exige poner al cliente en el centro

En el estudio elaborado por Lefebvre, uno de los aspectos que se destaca es que durante los últimos meses los despachos, asesores, gestores y abogados han tenido que hacer frente a cambios a nivel de digitalización para adaptarse a las necesidades de los clientes. Por esto y para dar una respuesta a la demanda, la innovación es una parte fundamental de la estrategia de confianza donde los clientes, cada vez están abiertos a otras formas, más eficientes, de recibir el servicio que solicitan.

En este informe preliminar, Lefebvre también asegura que habitualmente la confianza dentro del sector jurídico y del asesoramiento profesional, se ha considerado de forma inconsciente y espontánea; sin embargo, esta nueva era exige examinar la confianza como un elemento transversal a toda la cadena de valor.

El informe de Lefebvre pone de relieve que hace apenas unos años, la confianza se construía a través del prestigio; sin embargo, hoy requiere poner al cliente en el centro para formar un nuevo tipo de confianza; aunque ésta no solo implica al cliente, sino que también alcanza a otros públicos como son los empleados, la comunidad, etcétera. Para lograr obtener esa confianza, Lefebvre señala diferentes palancas: valor, comunicación, adaptación, eficiencia, innovación, digitalización y conocimiento.

Diferencias para entender la confianza: asesores vs abogados

Hoy en día, los clientes consideran que los despachos no actúan como las empresas y segmentan la confianza en dos conceptos: confianza reputacional, relacionada con la obtención de una operación compleja y confianza en un mejor servicio, vinculada con un trato más directo con el cliente. Para Liliana Tamayo, Responsable de Innovación y Marca de Lefebvre, “la confianza ha sido clave en la contratación de servicios jurídicos y todo evidencia a que seguirá siendo así. En su opinión, con el estudio, “tenemos que empezar a hablar de la resignificación de la confianza”. Además, considera que la transformación digital, impulsada por la pandemia, “ha cambiado las fuerzas y elementos que configuran la confianza. Estas primeras conclusiones, nos muestran la estrecha relación entre la

confianza y poner al cliente en el centro. En este aspecto hay mucho recorrido en el sector”.

De acuerdo con el análisis que está realizando Lefebvre, los despachos profesionales tienen una actualización forzosa de sus negocios y a pesar de que son conscientes de la necesidad de segmentar e identificar las necesidades de sus clientes, actúan como empresarios y tienen dudas sobre cómo ofrecer un servicio de valor. Como respuesta a esta duda, Arturo Lucas, director del área de Legal y Compliance de Servier plantea que “la flexibilidad a la hora de facturar, resulta clave, ya sea por horas, por proyecto o por resultado. Se genera un vínculo que aporta valor a la relación empresa – abogado”.

Por su parte, los abogados han manifestado su preocupación ante el cambio, sin embargo, hay una tendencia de adaptación que las grandes firmas no terminan de comprender, ya que sus avances no acaban de traducirse en un servicio adaptado al cliente y al valor añadido, o al menos no lo perciben así las grandes empresas. Al respecto, Isabel Álvarez Calvo, responsable del área legal de Capgemini opina que “inhouse lawyers y despachos debemos construir juntos esa confianza, esa new normal, aportando herramientas colaborativas, nuevos entornos, digitalizando y haciendo de esto algo eficiente y de valor añadido”.

**Datos de contacto:**

Redacción  
608171536

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Derecho E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>