

El futuro de los servicios jurídicos desde la perspectiva del cliente

The future of legal services from the client's perspective

Pablo Suárez Rosero*

Investigador jurídico independiente

José Andrés Tinajero Mullo**

Investigador jurídico independiente

Información del artículo

Original – Ruptura, 2021

Citación

Suárez, P. y Tinajero, J. (2021). *El futuro de los servicios jurídicos desde la perspectiva del cliente*. Revista Ruptura de la Asociación Escuela de Derecho PUCE. Edición 2021, p (337-353).

DOI: 10.26807/rr.v3i03.101

Resumen: Los servicios jurídicos en el mundo están cambiando obligados por una crisis en el sector que tiene claras raíces en las características de la era digital, que han sido acentuadas por la pandemia. Para los profesionales y firmas de la industria legal se trata de adaptarse o morir. El proceso de acoplamiento incluye el reconocimiento de algunos factores críticos que ayudarán a adecuar los servicios a las necesidades y particularidades del cliente de hoy. Hacer los procesos más sencillos y accesibles, además de oportunos y de menor costo optimizando la ca-

* Lic. En Comunicación Audiovisual - Madrid, España. Fundador y CEO en Horizonte Legal Quito, Ecuador. Email: pablo@horizontelegal.com

** Licenciado en Ciencias Jurídicas y Abogado por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador – PUCE. Magister en Relaciones Internacionales y Diplomacia por el Instituto de Altos Estudios Nacionales – IAEN. Ex Director Nacional de Propiedad Industrial del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales – SENADI. Country Manager de Horizonte Legal para Ecuador Quito, Ecuador. Email: jtinajero@horizontelegal.com

alidad es el norte. Para esto es necesario incorporar tecnologías de toda clase, desde las relativas a la comunicación como a las del procesamiento del trabajo jurídico. Los profesionales y las firmas deben modificar su enfoque, hacia una perspectiva más moderna. Por este motivo, necesitan no solo familiarizarse, sino promover el uso de legaltech y otras plataformas para masificar los servicios disminuyendo los costos y hacer la profesión más rentable en estos tiempos. También, es necesario diferenciar sus servicios particulares y empresariales, a través de la especialización en determinado ramo elevando la proporción de valor bajo esquemas asertivos de confianza entre el prestador de servicios y el cliente.

Palabras clave: Legaltech, El futuro de la asesoría legal, Tendencias en la contratación de servicios jurídicos, ¿Cómo puede ser el día a día de los abogados del futuro?, Comercialización, Distribución, Difusión en redes sociales

Abstract: *Legal services in the world are changing forced by a crisis in the sector that has clear roots in the characteristics of the digital age, which have been accentuated by the pandemic. For professionals and legal firms, it's about to adapt or die. The adapting process includes the recognition of some critical factors that will help tailor services to the needs and particularities of today's customer. Making the processes simpler and more accessible, as well as timely and lower cost, optimizing quality is the north. Therefore, it is necessary to incorporate technologies of all kinds, from those related to communication as well as those for the processing of legal work. Professionals and firms must change their approach towards a more modern perspective. For this reason, they need not only to become familiar with, but to promote the use of legaltech and other platforms to massify services, reducing costs and making the profession more profitable in these times. Also, it is necessary to differentiate their private and business services, through specialization in a certain branch, raising the proportion of value under assertive trust schemes between the service provider and the client.*

Keywords: *Legaltech, The future of legal consulting, Trends in contracting legal services, How can it be the day by day of the lawyers' future?, Commercialization, Distribution, Diffusion on social networks.*

Introducción

El constante desarrollo de las tecnologías de la información provocó un cambio significativo en varios aspectos de la cotidianidad. Ellas han facilitado la globalización de muchos sectores económicos en el mundo, con una gran variedad de ofertas en productos y servicios de mayor calidad y, en muchas ocasiones, a un menor precio.

Sin embargo, en este sector el impacto ha sido tímido, puesto que hasta ahora la fuerza del desempeño se ha concentrado más en los aspectos técnicos que en la modernización de los procesos de atención al cliente.

Durante todo el 2020 y el 2021 la pandemia de la COVID-19, ha jugado un protagonismo indudable en el mercado, que ha obligado a esa parte de la sociedad todavía reacia a emplear servicios tecnológicos y a solventar sus necesidades por vía del comercio electrónico.

Si a esto se le añade el hecho de que hoy en día la mayoría del consumo en el mercado mundial es efectuado por millennials y centennials (Tuñón, 2020), todos ellos nativos digitales y con características muy particulares, entonces la necesidad de ajustarse a las pautas de la era son más que imperativas.

La conectividad, la movilidad, la economía y ecología son algunos de los valores primordiales dentro de esta población, entre muchos otros. Mientras que, a los usuarios de mayor edad, como la generación X y baby boomers, se les ha impuesto migrar para adaptarse a la época.

Sin embargo, sobre todo en los servicios jurídicos hispanos, esta modernidad no ha permeado con fuerza. En ocasiones es posible encontrar tecnologías implementadas dentro de los métodos de desarrollo de las actividades internas entre compañeros, como por ejemplo en el desarrollo de trabajo colaborativo. Pero, los profesionales del Derecho amparados bajo el marco tradicional del desempeño no parecerían ver como una necesidad el cambio de ciertos paradigmas de prestación de servicios y atención al cliente.

Asistir a reuniones físicas con un tiempo de espera en salas, cargos de toda clase de gastos, así como poca consideración del consumo de materiales que impactan de manera notable sobre la ecología, como papelería y otros implementos de oficina, son asuntos que deben ser disminuidos en el sector.

Estos son aspectos que el cliente de hoy desea evitar y que deben ser no solo tomados en cuenta por los profesionales de las leyes, sino explotados con miras a reducir a la mínima expresión toda clase de gastos innecesarios que aumente de manera significativa la facturación.

La calidad técnica del abogado continúa siendo un valor de suprema importancia en el marco de la prestación del servicio jurídico o el asesoramiento legal. Eso no está en discusión. Pero, este no debe ser el único bastión al que deba aferrarse un bufete o un profesional independiente, puesto que hay muchos aspectos que pueden jugar en contra y que influyen en la elección del cliente.

En primer lugar, la abundante oferta de servicios legales en el mundo. En segundo lugar, la globalización ha significado el surgimiento de otros tipos de problemas legales, como por ejemplo: asuntos migratorios, de identidad o mercantiles, que requieren el estudio de instrumentos internacionales. En tercer lugar, la aparición de la inteligencia artificial ha desencadenado el surgimiento de servicios, que al masificarse entre los usuarios, puede suponer en poco tiempo la disminución o eliminación de la demanda de personal en ese campo.

Las denominadas tecnologías de autoservicios legales son capaces de guiar al usuario en múltiples procesos, sin la intervención de un abogado. Por ejemplo, para la absolución de consultas frecuentes o guías de procedimientos legales.

Esto le proporciona una gran ventaja al usuario porque se trata de servicios más económicos, de fácil acceso, que además eliminan la intermediación de un asesor legal y todo lo que esto implica. Están centrados en el usuario y se consumen de la misma manera como se hace con una pe-

lícula o cualquier otro servicio digital, por lo tanto se mantiene al cliente de hoy dentro de los espacios que le son familiares.

Así que todo este marco debe ser el eje de análisis profundo en el sector de los servicios jurídicos, para reinventarse y transformarlos en propuestas más acorde con las necesidades del mercado.

Solo la capacidad de incorporar nuevos y mejores servicios especializados, que se ajusten a las características del consumidor de la era digital, con el dominio de tecnologías emergentes, supondrá ganancias en la adquisición y fidelización del cliente para los profesionales del Derecho.

Pero, ¿cómo deben estar conformados los servicios legales en el futuro? Existen algunos factores que son determinantes para sobrevivir en este sector sigue experimentando cambios en su modelo.

I. ¿Cómo serán los servicios legales en el futuro?

Bajo el enfoque tanto de las tendencias laborales como del mercado de hoy, con ayuda de algunas innovadoras ideas a futuro, el modelo de trabajo tradicional irá cediendo terreno al nuevo desempeño del uso de la tecnología.

El padre de la economía de la innovación Joseph Schumpeter, estableció la definición de la destrucción creativa, como el proceso mediante el cual las empresas que no son capaces de innovar y mantener relevancia tienden a desaparecer, dejando sitio a las empresas innovadoras que mejor se adaptan a las necesidades de los consumidores (Singular Bank, 2017).

El proceso de innovación tecnológica, que deviene en el incremento de la oferta de servicios que contienen un componente de tecnología, genera la existencia de cambios en su prestación con el paso del tiempo. Lo dicho, a nivel general es medido a través de indicadores de tiempo del ciclo tecnológico. Una de las variables relacionada con la innovación y el cambio tecnológico es la velocidad del progreso tecnológico (Kayal, 1999). Las teorías que versan acerca de los cambios tecnológicos, descri-

ben como el desarrollo y el progreso de un campo tecnológico pueden sujetarse a cambios o ciclos sustanciales, dependiendo de la actividad del campo en estudio (Álvarez, 2015).

En el ámbito de los servicios jurídicos, este aspecto es significativo puesto que el mismo ha sido manejado generalmente de forma tradicional, con una incursión progresiva de la innovación tecnológica hacia la prestación del servicio. Al respecto se puede mencionar el estudio denominado “*Technologies likely to improve the overall effectiveness of U.S. law firms 2017*”, publicado en la base de datos científica denominada Statista.com¹, así como también algunos ejemplos de software específicos para el área legal, como son: CLIO – Law Software², Practice Panther³ o Smart Advocate⁴. En definitiva, la velocidad del progreso tecnológico dependerá de la capacidad de los investigadores, innovadores, emprendedores,

-
- 1 Otros estudios de referencia se pueden encontrar en los siguientes links: <https://www.statista.com/statistics/951993/law-firms-technologies-likely-to-improve-effectiveness-united-states/>
<https://www.statista.com/statistics/1154711/impacts-of-legal-tech-in-law-firms-and-in-house/>
<https://www.statista.com/statistics/951963/law-firms-legal-technologies-available-in-the-cloud/>
 - 2 Clio es una empresa de tecnología legal con sede en Burnaby, Columbia Británica. Clio ofrece a los bufetes de abogados un software basado en la nube que maneja varias tareas de administración de la práctica legal, incluida la admisión de clientes, la administración de contactos, el calendario, la administración de documentos, el control del tiempo, la facturación y la contabilidad de fideicomisos. Más información se puede encontrar en su Página web: <https://www.clio.com/>
 - 3 PracticePanther es un completo software de gestión de prácticas legales (LPMS). Con él, uno podría pasar fácilmente de la captación de clientes potenciales a cerrado y pagado en su totalidad, sin salir de la plataforma. Tiene integraciones selectas con énfasis en el almacenamiento de documentos (las integraciones varían según el nivel de precios de PracticePanther). Más información se puede encontrar en su Página web: <https://www.practicepanther.com/>
 - 4 Diseñado inicialmente por y para las prácticas de litigios por lesiones personales y agravios masivos, SmartAdvocate ahora es utilizado por una amplia gama de firmas de litigios en los Estados Unidos, Canadá y más allá. Como un sistema totalmente basado en navegador, los bufetes de abogados pueden elegir entre las versiones de servidor o nube de SmartAdvocate. Con estas opciones, además de la increíble aplicación móvil, los usuarios pueden acceder a sus casos desde prácticamente cualquier lugar. Más información se puede encontrar en su Página web: <https://www.smartadvocate.com/>

prestadores de servicios, para sortear los obstáculos, principalmente relacionados con la falta de conocimientos adecuados para la resolución de problemas, que se presentan dentro de estos procesos (Álvarez 2015). Para adecuarse es necesario transformar diversos ámbitos.

II. Pequeñas estructuras organizativas

Este es uno de los aspectos que ha de cambiar, puesto que los bufetes de hoy en día no deben estar comprendidos por grandes cantidades de personal fijo interno.

Las empresas deben buscar hacerse livianas y flexibles para eliminar toda clase de costos innecesarios, que requieran mayores aportes económicos a ser trasladados a los clientes, son cada vez más exigentes, empoderados y buscan conocer con precisión como se utilizarán sus recursos.

Por lo tanto, los bufetes deben crear robustas bases de datos para tener a disponibilidad profesionales del Derecho y conexiones con otras firmas a nivel global, para poder demostrar un alcance en desempeño como las grandes organizaciones del mundo, pero con los costos operativos reducidos a su menor valor.

Estas pequeñas estructuras pueden permitirse modalidades de teletrabajo sin que ello represente un desbalance en la calidad y oportunidad del trabajo.

De esta forma también se añade a la empresa importantes cualidades en términos ecológicos, que resultan atractivos para muchos usuarios en la actualidad. Menor consumo de recursos por traslados, en energía eléctrica, en papelería, eliminación de desechos, entre otros. Todo esto incidirá en la mejora de la imagen de la empresa en el mercado local y global. A manera de ejemplo se puede mencionar la columna de Felipe Herrera titulada “*8 casos de éxito de despachos que han integrado en España el uso de ‘Blockchain’ en sus organizaciones*”, la cual revela varias firmas de abogados que han implementado herramientas tecnológicas de forma exitosa en España (Herrera, 2021).

III. El perfil del profesional del Derecho

El perfil del profesional del Derecho debe acoplarse a las necesidades del consumidor. Quedan atrás esos tiempos en los que un abogado requería memorizar las leyes para el desempeño de su labor. El Internet ha disminuido las brechas de información, al permitir que las personas puedan acceder a todo el marco jurídico de un país a través de un dispositivo que llevan en sus manos.

Con la ayuda de los elementos técnicos del desempeño de su trabajo, los abogados deben abocarse más en entablar y desarrollar relaciones capaces de incentivar la contratación en sucesivas oportunidades.

Tienen que desarrollar una mayor independencia y saber autogestionarse de manera eficaz. Es posible que el presupuesto de las organizaciones no posibilite tener plantillas exclusivas por los altos costos, así que los profesionales deben poseer mayor libertad para trabajar en múltiples proyectos a la vez y desde distintas localidades.

De allí la importancia de apalancarse con las tecnologías para la conformación de agendas, la disminución de la dedicación en tiempo para tareas recurrentes que no aportan valor, la distribución de los productos digitales, así como la comunicación con clientes, superiores, colaboradores y cualquier otro actor del sistema.

El dominio de las tecnologías de información supone una importante ventaja en el ejercicio de la función. Los abogados deben ser capaces de utilizarlas con toda comodidad tanto para la comunicación con el cliente y sus compañeros de trabajo, así como en el desarrollo de la profesión en general.

Aprender a administrar su propia marca personal, tanto dentro de la empresa como fuera de ella, es una actividad que no debe ser eludida, de tal forma que pueda convertirse en una autoridad dentro del ramo que desarrollan. Esta es una gran manera de hacer comunidad y una forma de conexión habitual de la era digital.

Incorporar habilidades de venta, comprendiendo a cabalidad sus servicios y destacando esos elementos diferenciadores que aportan más valor que cualquier otro profesional o empresa al cliente, resulta indispensable para ganar participación en proyectos de cualquier tamaño.

También debe ser capaz de adaptar tecnologías que le ayuden a alcanzar niveles máximos de productividad. Para esto, las denominadas *legal-tech* pueden desempeñar un papel crucial si aprende a observarles como aliadas y no como la competencia.

En este campo las *contract intelligence* son programas capaces de analizar un contrato en segundos, incluso con mayor eficiencia que un abogado. Otras, denominadas *legal analytics*, pueden tomar decisiones judiciales y determinar la viabilidad de un caso (Redondo Luque, 2021).

Aunque todavía no se implementan del todo, las tendencias obligarán cada vez más a los abogados a vincularse con las tecnologías o migrar a otros espacios de experticia. Ya existen en el mundo numerosas propuestas que apuntan a la instalación de estos algoritmos como jueces robots, con todo lo que ello implica. Aunque se habla de sustituir a estos importantes actores del sistema judicial, es posible que no suceda del todo.

Hasta ahora ningún robot tiene en su haber la capacidad para manejar la empatía, el uso del razonamiento analógico, la intuición, la comprensión de metáforas, el dominio de la moral, entre otros aspectos que se tienen en cuenta para una decisión judicial compleja.

Esta novedad incluye riesgos previsible como oportunidades de hackeo, algoritmos manipulables, entre otros, que pueden retrasar su implementación en muchos países hasta tanto no se estabilicen.

Pero, se trata de soluciones que avanzan de forma acelerada y que intervienen en el sistema legal por lo cual muchos abogados deberán de alguna manera vincularse y dominarlas para el mejor desempeño de sus funciones.

Los software de analíticas sobre jurisprudencias son especiales para ayudar al profesional de las leyes a preparar su estrategia procesal, a

identificar los argumentos jurídicos más utilizados en las sentencias, así como la probabilidad de condena por determinado delito.

Por lo tanto, el reconocimiento oportuno de instrumentos de este estilo para ser implementados en los procesos internos de la organización, podrá suponer para el abogado una diferenciación importante en plazos, capacidad para resolución de problemas y productividad en general.

Aunque la implementación de las *legaltech* obliga a muchos profesionales de las leyes a reinventarse y hacerse expertos en problemáticas particulares, también favorece la creación de nuevos puestos de trabajo.

Las empresas que abordan este tipo de tecnologías requieren de especial asesoramiento en las particularidades del sistema legal, por lo cual es posible prever que muchos de estos profesionales pueden ser captados dentro del sector tecnológico para sentar las bases de propuestas innovadoras.

Incluso, más allá de la captación en sí como personal de una organización, el sector de las tecnologías aplicadas a las ramas del Derecho representa una gran oportunidad de emprendimiento que puede ser desarrollada por estos profesionales.

IV. Comercialización

La cualidad comunicacional juega un papel primordial dentro del servicio, puesto que el cliente busca no solo ser comprendido, sino además entender a cabalidad lo que el servidor legal le expone como solución a su problemática. La destreza para relacionarse, incluso con personas de otras culturas, le ampliará el marco de acción y dominio a este profesional.

Por otro lado, con ayuda de las tecnologías, es factible desarrollar importantes ventajas competitivas en el mercado al menor costo posible. Algunos softwares de gestión del cliente, posibilitan masificar los servicios legales y la administración de proyectos, incluso con equipos conformados por personas ubicadas en diferentes países y con dominio de distintos idiomas.

Estas plataformas proveen portales de acceso exclusivo para clientes, en los cuales estos puedan conocer la evolución de su caso o proyecto sin necesidad de contactar de manera directa al abogado. De esta forma, el cliente disminuye la necesidad de interrumpir los horarios de desarrollo que pueden ser utilizados para estudiar ese y otros casos de manera simultánea.

También ofrecen soporte para la automatización de pagos y facturación. Los servicios legales pueden ser establecidos por cuotas para proveer facilidades al cliente que le resulten atractivos y favorezcan el decantamiento para la contratación.

Tienen soporte a múltiples formas de pago con aceptación local e internacional, para disminuir dificultades de acceso a otros mercados del mundo. Sin duda, esto representa un incremento sustancial del alcance de la empresa o del profesional.

Incluso, en aquellos países en los que las criptomonedas son de uso legal, incorporar esta opción de pago puede resultar atractivo para los clientes más orientados al mundo digital.

Gracias al control de gastos operativos y la ampliación de las capacidades productivas que proveen las tecnologías en general, es posible adaptar los precios de los servicios por productos y no por horas, como sucede en el modelo tradicional.

Claro está, todo dependerá del ámbito de trabajo ya que no siempre es probable este esquema para todas las modalidades. Quizás en términos de litigios resulte más complejo de implementar, porque con regularidad no está bajo el control del abogado el tiempo que invierte en tribunales, sobre todo en aquellos en los que la burocracia predomina más que la eficiencia.

Pero, de nuevo las denominadas *legaltech* pueden tener una importante incidencia en este sentido puesto que ya hay avances notables en tecnologías que pueden predecir en promedio el tiempo de un juicio y cuánto es posible cobrar por este (blog.lemontech.com, s.f.).

Con la incorporación de los marketplaces especializados en temas jurídicos, los clientes pueden acudir para contratar servicios legales muy específicos, de calidad y a precios competitivos. La masificación de los servicios bajo estas cualidades, obligará a los demás profesionales y firmas legales a adoptar metodologías de trabajo por productos para el establecimiento de tarifas fijas que estén más acorde con las necesidades del cliente (Morell, 2018).

Los marketplaces ofrecen además una virtud importante a los servicios legales, en términos de transparencia. La manera en la que se deben conformar los servicios proporciona información sustancial al cliente a la hora de contratar a un profesional.

Estas plataformas detallan qué incluye el servicio con exactitud, quién lo provee, cuál es su especialidad, cuál es su calificación dentro del ecosistema, qué dicen otros clientes acerca del profesional y, un aspecto relevante, proveen un incremento en la seguridad de que se obtendrá el servicio que contrata.

Todo esto es un gran diferencial que no solo agrada al cliente de hoy, sino que además le es natural. Además, le simplifica el trabajo de encontrar un buen servicio legal consiguiendo respuesta en un único espacio, a esas dudas habituales que surgen ante una nueva contratación.

El marketing digital no puede ser ajeno para los profesionales y las firmas legales en la actualidad y en el futuro. La implementación de recursos como páginas web y chats automatizados, resultan en este servicio un mecanismo eficiente para la captación de clientes.

Las organizaciones jurídicas deben hacerse mucho más dinámicas con respecto al mercado. Para esto es necesario conocer muy bien a su competencia, cómo se vincula con sus clientes, así como la estructura de sus servicios.

A través del reconocimiento de otras propuestas en el mercado, estas organizaciones encontrarán un punto sobre el cual establecer mejoras sustanciales para ampliar su influencia sobre el público objetivo, es decir, deben ser mucho más que estrategias jurídicas.

Por lo tanto, se requiere desarrollar la creatividad e implementar metodologías de innovación que favorezcan el aporte de cualidades novedosas a los servicios. De esta forma, el profesional o la organización podrán alcanzar no solo más clientes sino encontrar oportunidades para nuevas líneas de negocio.

El posicionamiento en buscadores no es algo del futuro, es de hoy. Pero, en muchas ocasiones no es tomado muy en cuenta dentro del sector. La gran mayoría de los usuarios en el mundo cuando requieren indagar sobre un producto o servicio, recurren a Google, Bing, Yahoo o cualquier otro.

En estos términos, la creación de blogs con publicación de contenido constante y actualizado que resuelva problemáticas específicas del sector al que se desee abordar, ayudará a atraer nuevos prospectos y demostrar experticia, además de mejorar la imagen de la marca.

Por su parte, la aplicación de técnicas de posicionamiento orgánico local o global le facilitará al cliente ubicar servicios legales a través de su geolocalización, con acceso rápido a medios de contacto como números telefónicos y correos.

La difusión en redes sociales debe ser vista como una oportunidad para ganar la atención y proveer confianza a los usuarios. Este es un medio muy funcional no solo de promoción, sino además para la educación, que debe ser aprovechado.

Con ellas es posible conseguir un aumento en la reputación, comunicar ese factor diferenciador que separa nuestros servicios jurídicos de los de la competencia, así como encontrar colaboradores y nuevas oportunidades en el mercado.

V. Distribución

La comunicación digital juega un papel preponderante. La manera en la que se desarrollarán las asesorías y los juicios viene cambiando de manera acelerada, con mucho más énfasis durante la pandemia ocasionada por la COVID-19.

Es por esto que el uso de los recursos tecnológicos supone un factor determinante para la continuidad de todo el ecosistema judicial. Por lo tanto, ya es posible observar en el mundo la ejecución de juicios por vía de servicios de videoconferencias como medida para preservar la salud (ITV Patagonia, s.f.).

Sin embargo, esto también repercute en la economía de los sistemas de justicia en general que pueden hacerse de espacios mucho más pequeños, con menos gastos de mantenimiento y sin necesidades de traslados para los privados de libertad, por dar un ejemplo. Por lo cual, es fácil deducir que no será una medida aislada, sino que se refiere a una tendencia que quedará fijada como metodología de trabajo en el transcurrir del tiempo.

En el caso de las asesorías directas sucede lo mismo, las videollamadas son, hoy por hoy, una excelente alternativa que disminuirá costos y tiempo, puesto que cuando se acuerda una reunión digital, se suprime la necesidad de movilizarse o gastos por atención como consumo de instalaciones físicas, mobiliario y alimentos. Además, la espera se elimina. Por lo tanto, el cliente tiene más control de su tiempo y, en conjunto, resulta más sencillo que alcance la satisfacción por el desarrollo del servicio en general.

La implementación de portales para colaboradores y trabajadores también disminuirá la necesidad de interrupción de los procesos de trabajo, al poder constatar de manera directa el avance de los proyectos, realizar aportes significativos a la gestión y desarrollo de los mismos, así como entablar comunicación asíncrona mediante servicios de chat.

Por lo tanto, se genera todo un ecosistema de eficiencia que repercute en el alcance de resultados óptimos en rentabilidad.

VI. Conclusiones

Las tecnologías están y seguirán teniendo un impacto crucial dentro del sector de los servicios en general. En el campo de los servicios legales, muchos profesionales y firmas han optado por quedarse en el ejerci-

cio bajo el marco tradicional y esto ha supuesto una disminución significativa de acceso a nuevos clientes y su fidelización.

El mercado obliga a que se realicen cambios para no morir en el desempeño del ejercicio de la profesión. Todo ello acompañado de un marco tecnológico que disminuye la necesidad de acompañamiento legal para tareas simples a las que puede acceder el usuario con mucha facilidad y con otras grandes ventajas como ahorro de tiempo y dinero.

Es así que los servicios legales en el futuro deben estar estructurados de una manera que rompe con el esquema habitual e incluye la conformación de empresas con estructuras organizativas pequeñas y flexibles, pero con grandes conexiones.

Estas organizaciones deben incluir más tecnologías a su cotidianidad para lograr la masificación de los servicios y la optimización de la productividad, de tal forma que le proporcione óptimas ganancias y menores costos operativos.

También se requiere un cambio en la visión del profesional del derecho, en comprender que hoy en día lo más importante es proveer valor al usuario y no exigir que se adapte a metodologías preestablecidas.

Los abogados no deben sentirse intimidados ante los cambios y las tecnologías, sino adaptarse. Se precisa que sean buenos observadores para encontrar oportunidades de desempeño y sacar el mayor provecho con el soporte de estas.

Deben aprender a competir en términos de calidad en la atención al cliente, con cualidades no solo profesionales sino más humanas que eduquen y generen conexiones duraderas en el tiempo. Por lo tanto, es importante incorporar con asertividad tecnologías que le ayuden a disminuir la dedicación a otras tareas y proveer una atención mucho más cálida y cercana en lo posible.

Los servicios jurídicos deben aprovechar también las capacidades tecnológicas para disminuir toda clase de contacto en persona que repercu-

te en costos notables para el cliente. La utilización de los diversos canales de comunicación digital, pueden proveer al usuario la sensación de atención continua y permanente.

Los precios deben cambiar a un enfoque de tarifas fijas por servicios, en la medida de lo posible. Cada vez son menos los usuarios que contratan abogados por horas, porque a las personas no les gusta desconocer el monto que terminarán pagando bajo una contratación.

La implementación de pago por plazos, es otro recurso que puede hacer atractivo el servicio. Para esto, es posible emplear plataformas de administración de la relación con el cliente que automatizan los cargos, sin importar la moneda o el idioma, además de proporcionar un estado de sus procesos y opciones de consulta.

El empleo de diversos de canales de atención, captación y conexión son determinantes. Por lo tanto, el uso del marketing digital y en especial de las redes sociales ayudará a mejorar la reputación de la marca, así como a incrementar las oportunidades de contratación. Se debe proveer más transparencia a su servicio, indicando sus cualidades exactas, sin costos ocultos.

Además, deberán atender toda clase de calificaciones y pruebas sociales en los medios digitales, ya que son un factor de peso para la contratación en línea.

En conclusión, los servicios jurídicos deben adaptarse a la tendencia y hacerse mucho más centrados en el cliente, reduciendo costos y siendo más inmediatos, transparentes, simples y de fácil acceso.

Referencias Bibliográficas

Alvarez, F. (2015). *Implementación de nuevas tecnologías: valuación, variables, riesgos y escenarios tecnológicos*. Recuperado de <https://archivo.cepal.org/pdfs/GuiaProspectiva/Alvarez2015Implementacion.pdf>

blog.lemontech.com (s.f.). *Modelos predictivos en la industria legal*. Recuperado de <https://blog.lemontech.com/modelos-predictivos-en-la-industria-legal/>

Herrera, F. (2021). *8 casos de éxito de despachos que han integrado en España el uso de 'Blockchain' en sus organizaciones*. Recuperado de <https://confilegal.com/20210816-opinion-8-casos-de-exito-de-despachos-que-han-integrado-en-espana-el-uso-de-blockchain-en-sus-organizaciones/>

ITV Patagonia, (s.f.). *Juicios orales por zoom*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=gneYnAzL85A>

Kayal, A. (1999), *Measuring the Pace of Technological Progress: Implications for Technological Forecasting*. *Technological Forecasting & Social Change* 60.

Morell, J. (2018). *Legaltech: digitalización y revolución del sector jurídico*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=3dtMpTaKT5s>

Redondo Luque, R. (2021). *La práctica legal del futuro*. Recuperado de <https://delfino.cr/2021/01/la-practica-legal-del-futuro>

Singular Bank (2017). *Destrucción creativa, otra manera de explicar el capitalismo*. Recuperado de <https://blog.selfbank.es/destruccion-creativa-otra-manera-de-explicar-el-capitalismo/>

Tuñón, J. (2020). *Informe OBS: En 2020 Millennials y Centennials representarán el 59% de la población del planeta*. Recuperado de <https://www.obsbusiness.school/actualidad/informes-de-investigacion/informe-obs-en-2020-millennials-y-centennials-representaran-el-59-de-la-poblacion-del-planeta>