

Los despachos de abogados de menor tamaño aumentan en un 45% su presencia en medios

Los despachos de abogados de menor tamaño están "despertando" y dedicando considerables esfuerzos en comunicación, apropiándose de atributos y valores propios de grandes despachos. Entretanto, los directores de comunicación de las grandes firmas no se están preocupando tanto por los impactos a nivel cuantitativo, sino de obedecer a una estrategia de comunicación meditada a través de la selección cualitativa de medios

Los despachos de abogados de menor tamaño están "despertando" y dedicando considerables esfuerzos en comunicación, apropiándose de atributos y valores propios de grandes despachos. Entretanto, los directores de comunicación de las grandes firmas no se están preocupando tanto por los impactos a nivel cuantitativo, sino de obedecer a una estrategia de comunicación meditada a través de la selección cualitativa de medios.

Así lo concluye el II Observatorio MyNews de la Abogacía, presentado el pasado jueves por la empresa de clipping y análisis de la información MyNews. Un informe que analiza el impacto mediático y el posicionamiento semántico de las firmas de abogados en los medios a través de la imagen que transmiten en prensa impresa y digital.

Para el estudio, MyNews tomó como referencia el impacto mediático de 1.903 noticias de los 21 medios digitales más importantes del país en información general, económica y jurídica. De acuerdo con este informe, los despachos de entre 5 y 15M aumentan en más de 100 noticias su presencia respecto al cuatrimestre del año pasado. Mientras los grandes despachos, aquellos que facturan más de 50M, están perdiendo presencia en prensa impresa, sobre todo en la de género económico.

No obstante, el posicionamiento de los grandes despachos es muy consistente. Las grandes firmas explotan su condición de liderazgo, poniendo especial énfasis en su Internacionalización. Mientras los despachos de menor tamaño se vinculan a conceptos de crecimiento, y se posicionan como especialistas sectoriales. Por otra parte, las firmas extranjeras están ganando presencia mediática y su posicionamiento se está construyendo a través de su vinculación con la asesoría y el liderazgo.

MyNews presentó este II Observatorio a través de un webinar celebrado el jueves 16 de junio. Durante la exposición del estudio se analizó la presencia de los despachos segmentados por volumen de facturación y origen nacional o extranjero, junto con el análisis de un mapa semántico de los valores vinculados a las firmas de la muestra, en las que se encontraban 28 despachos de abogados españoles y 8 extranjeros con cifras de facturación segmentada entre 5 y 15 millones, 15 y 50 millones y más de 50 millones de euros.

El acto contó con la presencia de las firmas de abogados más importantes del país, tanto de sus departamentos de comunicación como documentación. Asistentes que pudieron conocer de primera

mano el servicio de MyNews de seguimiento de medios y gestión del conocimiento diseñado específicamente para cubrir necesidades del sector de la abogacía.

Datos de contacto:

mcastillejo@mynews.es

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

Categorías: [Nacional](#) [Derecho](#) [Finanzas](#) [Comunicación](#) [Marketing](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>