

# LA IMPORTANCIA DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA EN UNA FIRMA DE ABOGADOS

**Natalia Tobón**  
**Bogotá, Colombia**

- *Una imagen vale más que mil palabras....Anónimo*
- *No hay una segunda oportunidad de dar una primera buena impresión...Mi mamá*

Los abogados subestimamos todo lo relacionado con la identidad corporativa pues creemos que “eso” solo se aplica a quienes venden productos y no a quienes prestan servicios legales. ¡Gran equivocación!.

La identidad corporativa de una firma de abogados es la cara que le presentamos al cliente. Está conformada no solo por el nombre y el logotipo de la firma sino por toda la coherencia visual y auditiva que mostramos en cada una de nuestras comunicaciones: tarjetas de presentación, cartas, folletos, cuentas de cobro, páginas Web.

También hace parte de la identidad corporativa el estilo propio con que los funcionarios de la firma contestan el teléfono, se visten y responden los faxes y mails.

Vista de esta forma, encontramos que la identidad corporativa de una firma de abogados tiene varias funciones:

- Como una marca, sirve para distinguir y posicionar la imagen de la firma de abogados en la memoria de los clientes
- Genera mayor confianza entre los empleados pues saben qué hacer y cómo comportarse en determinadas situaciones
- Permite ahorrar en costos por estandarización de procesos que hacen más ágil la administración de las situaciones en el día a día. Es el caso de la papelería sobre resúmenes de llamadas, ordenes de copias, numeración en carpetas de clientes, etc...

Normalmente, el primer paso para tener identidad corporativa es crear lo que se conoce como el Manual de Identidad de su Firma de Abogados. Dicho Manual debe consignar la forma visual como debe ser presentado el nombre o logotipo de la firma ante los

medios de comunicación, se señala el protocolo que los empleados deben mantener al tratar a los clientes e incluso, se dispone el tipo de indumentaria que deben usar todos los miembros del bufete. Por ejemplo, allí se puede estipular que el nombre de la firma debe aparecer siempre en letra pegada, despegada, Arial o *Times New Roman*, se puede establecer que los empleados no pueden acudir a las oficinas en prendas deportivas o en jeans, se puede ordenar la forma usual de saludo telefónico (el nombre de la persona, el nombre de la firma o un saludo de cortesía) y así sucesivamente.

Un tema final. La importancia del color para la identidad corporativa de su oficina. Aunque usted no lo crea, existe toda una ciencia denominada psicología del color y los especialistas en ella estiman que el color de los abogados es el azul, pues transmite seriedad, confianza, tranquilidad y además, favorece la paciencia, la amabilidad y serenidad. Dicho de otra manera, imagínese una oficina de abogados con las paredes rosadas o con papelería lila. A menos que usted tenga un “*target*” muy especial y claramente determinado, mejor no lo intente.

Otros colores que favorecen las oficinas son el blanco, que está asociado con la pulcritud y el gris, que puede expresar equilibrio, elegancia y respeto. La papelería se sugiere que sea blanca.