

Marketing jurídico Sus relaciones con la responsabilidad profesional

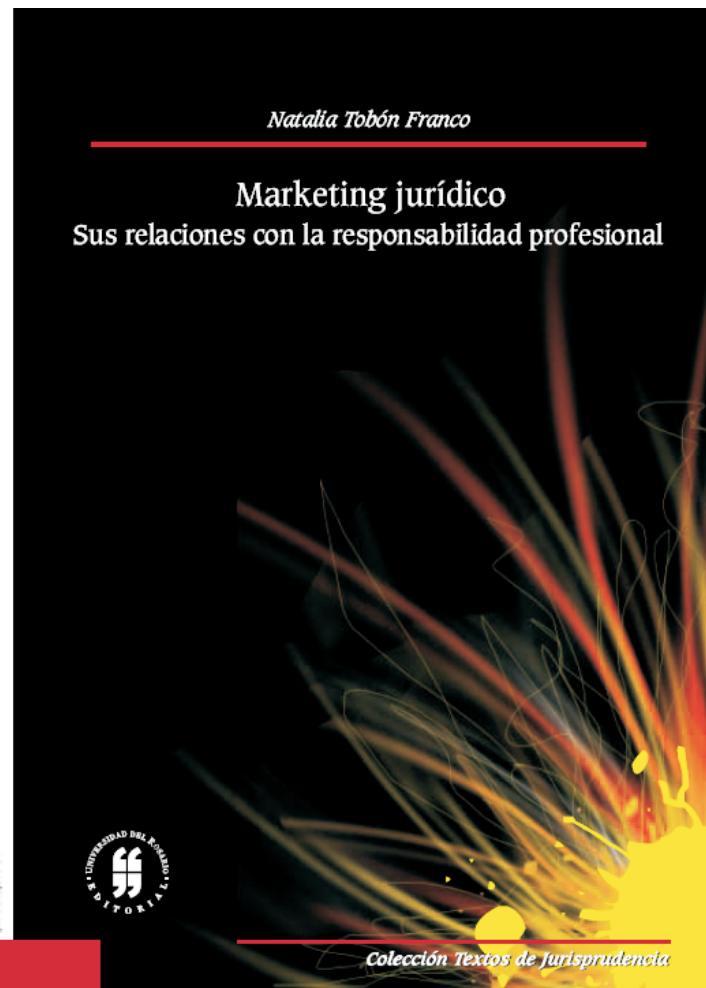


La palabra *marketing* no existe en español. Según el Diccionario de la Real Academia Española, *marketing* es una voz inglesa que se usa para referirse a la mercadotecnia, es decir, al conjunto de técnicas y principios que “buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda”. Si aplicamos esa definición al mundo de los abogados, podemos decir que el concepto de *marketing jurídico* está conformado por el conjunto de técnicas y principios que un jurista puede utilizar con miras a incrementar la demanda de sus servicios.

Esta obra trata sobre las principales estrategias de marketing jurídico que se conocen en la actualidad, a saber, la creación y mantenimiento de una identidad corporativa en las firmas de abogados, las técnicas para mejorar el servicio al cliente, los criterios más aceptados para el cobro de honorarios y el aumento de la visibilidad de las firmas a través, entre otras, de la publicidad propiamente dicha, la vinculación a asociaciones profesionales o a la publicación de artículos de investigación en periódicos y revistas especializadas. Sin embargo, vale la pena advertir, de antemano, que varios capítulos están dedicados al tema de responsabilidad profesional, pues la autora sostiene que el buen nombre del abogado es la mejor herramienta de marketing: el abogado que no comete faltas a la honradez, es leal con su cliente, es diligente y conoce la materia sobre la cual asesora, siempre será admirado y respetado. Sus clientes y colegas lo recomendarán.



Marketing jurídico. Sus relaciones con la responsabilidad profesional
Natalia Tobón Franco



Natalia Tobón Franco

Abogada de la Universidad de los Andes, especialista en Derecho de Familia de la Universidad Javeriana y magistra en Propiedad Intelectual, Comercio y Tecnología del Franklin Pierce Law Center, de New Hampshire, Estados Unidos. Ha trabajado en el Centro de Investigaciones Socio jurídicas de la Universidad de los Andes, en Legis y en Cavellier Abogados. Actualmente dicta la cátedra Gerencia jurídica y Responsabilidad profesional en el Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario y es autora de un libro con este nombre, editado por la misma universidad. Sus artículos han sido publicados en diversas revistas especializadas, tales como la revista *Estudios Socio-Jurídicos* de la Universidad del Rosario, *Universitas*, *Revista de Derecho Internacional* de la Universidad Javeriana, *Revista de Derecho* de la Universidad Austral-Argentina, *Marcasur*, *ASIP-Infoma*, *Managing Intellectual Property*, *Latin Counsel*, *Trademark Reporter*, *Les Nouvelles Licensing Executive Society U.S.A. and Canada*, *World Copyright Law Report*, *Latin American Tax Strategies*, *Mondaq*, *International Business Lawyer* and *Getting the Deal Through*.