

Los abogados confían en el boca a boca para promocionarse

La aplicación del marketing comercial, sólo reservada para los grandes bufetes.

Redacción
profesionales@neg-ocio.com

La mayoría de los abogados españoles confía en el tradicional boca a boca como instrumento más eficaz para promocionar su bufete en la búsqueda de nueva clientela.

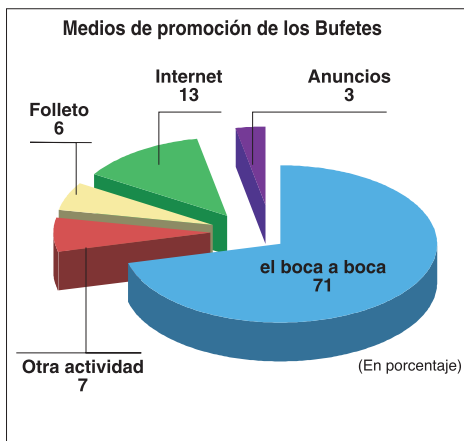
Según un estudio realizado por el portal de internet Lawyerpress.com entre más de 200 letrados españoles, el 71% de los abogados encuestados se ha inclinado por el boca a boca como el medio más útil para promocionar su actividad jurídica. Un 13% de los encuestados se muestra más favorable a las nuevas tecnologías como instrumento principal de mercadotecnia, de hecho cada vez más despachos de abogados utilizan internet para hacerse conocer entre los posibles clientes.

Mientras que un 6% de los encuestados se mostraba a favor de los folletos publicitarios, un 7% de los abogados apostaba por otras actividades como medio clave para promocionar su actividad.

Anuncios publicitarios

Como dato más resaltante de este estudio cabe destacar que únicamente un 3% de los abogados que han contestado a la encuesta prefiere los anuncios publicitarios como medio de promoción dentro del mercado de la asesoría jurídica.

La encuesta resalta entre sus conclusiones la escasa penetración del marketing en el sector de la asesoría jurídica,



que queda reservada casi exclusivamente a los grandes despachos de abogados.

Como resume el director del portal que ha realizado este estudio, [Hans A. Böch](#), las respuestas de los abogados "manifiestan una vez más que la aplicación del marketing en los bufetes españoles es cosa de las grandes firmas" dentro del sector de la asesoría jurídica y legal.

Sin embargo, todos los analistas aseguran que la tendencia de futuro es un incremento de las iniciativas de marketing para promocionar la actividad de los despachos de abogados. La competencia en el mercado legal está provocando una cada vez más intensa competencia entre los pequeños y medianos bufetes,

La competencia en el mercado legal incrementa las iniciativas publicitarias.

que se están concienciando de la necesidad de utilizar las modernas técnicas de marketing para promocionar sus firmas.

Cada día es más evidente la apertura de nuevos portales en internet con los servicios prestados por los bufetes, incluso se está potenciando la figura del abogado electrónico que resuelve consultas de carácter legal de manera *online*.

La planificación empresarial es incompatible con la difusión mediante recomendación.

Aunque los abogados españoles confían en el boca a boca, es decir la recomendación de un cliente a otro posible usuario de los servicios legales, este método impide realizar una planificación empresarial, no permitiendo plantear objetivos, ni conocer las estructuras a mantener ni realizar una planificación económica.

Planificación publicitaria

Los expertos recomiendan que para realizar grandes esfuerzos en marketing, primero hay que definir el presupuesto del que disponen los titulares del despacho de abogados, después el tiempo que ocupará esta actividad y, finalmente, definir y ejecutar las actividades planificadas.

Desde el portal Lawyerpress.com se recomienda la organización del despacho y del tiempo disponible para poder sacar los recursos necesarios en la reflexión sobre el mercado jurídico y los productos legales ofertados. Una vez analizada esta base, los abogados deben pensar en dónde y cómo promocionar su despacho profesional.



Luis López Guerra, secretario de Estado de Justicia.

Justicia organiza la nueva oficina judicial que rechaza el CGPJ

Andrés Garvi

Con la finalidad de llevar a la práctica la nueva organización de apoyo a la actividad judicial, el ministro de Justicia, Juan Fernando López Aguilar, ha ordenado la creación de la Comisión de Implantación de la Nueva Oficina Judicial.

Al mismo tiempo, el Consejo General del Poder Judicial (CGPJ) aprobó ayer por tres votos frente a uno el informe redactado por el vocal de la mayoría conservadora José Luis Requero y contrario al proyecto de orden ministerial que regula la estructura de la nueva oficina judicial. El informe critica que la nueva estructura está pendiente de la aprobación de reformas procesales que otorguen a los secretarios judiciales nuevas competencias de organización.

La Comisión de Implantación será la encargada de programar, impulsar y coordinar

el efectivo despliegue de la nueva oficina judicial dentro del ámbito territorial del Ministerio de Justicia.

Para dirigir esta comisión se ha elegido al secretario de Estado, Luis López Guerra, que contará con el apoyo del subsecretario de Justicia y del director general de Relaciones con la Administración de Justicia.

La comisión dirigida por López Guerra creará grupos técnicos de implantación, que serán los responsables del despliegue efectivo de la nueva oficina judicial. Tienen a su cargo la aplicación de los acuerdos de la Comisión de Implantación y desarrollarán su actividad en cada una de las CCAA donde tengan lugar las distintas fases de su funcionamiento. Cada grupo técnico estará integrado por el secretario de gobierno de los Tribunales Superiores de Justicia de cada Comunidad.

La ejecutiva de la APM hace balance

A. G.
La Ejecutiva Nacional de la Asociación de la Magistratura Profesional (APM) se reúne hoy en Madrid para recibir información y balance de las actuaciones de los diferentes responsables de las áreas de la asociación.

El Comité Ejecutivo está constituido por 9 miembros (vicepresidente, Tesorero, Secretario, Vicesecretario y 4 vocales, además del Presidente) designados por elección en cada Congreso Nacional.

Durante la reunión el presidente de la APM reali-

La asociación de jueces también analiza la actual situación de la Justicia.

zará un balance de su gestión y se dará cuenta de la materialización de los proyectos en marcha. También se analizará la actual situación de la Justicia sobre el caso De Juana Chaos y las presiones sobre el TSJ del País Vasco.

El negocio de asesoría jurídica crece un 7,6% y el de telecomunicaciones un 3,1%

Redacción

La cifra de negocios de la asesoría jurídica y económica a empresas creció en noviembre del año pasado un 7,6%, una décima por debajo del alza media en el sector servicios, que se incrementó en los últimos doce meses un 7,7%, según los indicadores de actividad publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Sin embargo, en los once primeros meses de 2006 el porcentaje del área de asesoría jurídica creció un 7,7%, porcentaje por encima del nivel alcanzado por

la media del sector servicios, que creció el 6,8%.

Sobre el índice mensual del personal ocupado en el área de asesoría legal, el incremento es de un 4,3% con respecto a noviembre del 2005.

En los once primeros meses del año pasado el alza del personal contratado por los bufetes de abogados y despachos de asesoría económica alcanzó una cifra del 4,5%, prácticamente el doble que el porcentaje de incremento de ocupación medio del sector servicios.

Respecto a otra área re-

levante de los servicios como son las telecomunicaciones, creció en noviembre del año pasado un 3,1%. El porcentaje de crecimiento en los once primeros meses de 2006 fue del 2,6%.

El personal ocupado en telecomunicaciones descendió un 1,4%, respecto al año 2005, cuando la media negativa acumulada en los once primeros meses de 2006 había sido de -0,9%.

En Publicidad, el crecimiento se situó en el 5,5% en noviembre, cuando la media hasta entonces era del 2,8%. El personal con-

tratado en este área experimentó un alza del 4,3%, un poco más bajo que la media de los once primeros meses de 2006, que fue del 4,5%.

Por Comunidades Autónomas, el índice general de cifra de negocios del total nacional se situó en el 7,7% en el mes de noviembre de 2006. La Rioja (con un 12,6%) y Aragón (con un 11,2%) fueron las comunidades que tuvieron mayores crecimientos. En cambio, Castilla La Mancha (con un 2,3%) y Extremadura (con un 1,7%) fueron las que menos crecieron.