



Pablo Capel Dorado

Director general de Economist & Jurist Group



La nueva regulación de la publicidad en la abogacía permitirá a las firmas presentar un sello de calidad

Estamos ante un cambio de calado que puede alterar sobremanera la dinámica empresarial de la abogacía

El nuevo [Estatuto General de la Abogacía Española \(EGAE\)](#) ha traído una serie de cambios que pueden alterar la dinámica de este particular mercado. Por supuesto, nos referimos al uso que los despachos hacen de la publicidad, que al fin gozará de una **regulación específica** y diferenciada.

Aunque la **publicidad** se menciona con cierto desarrollo *ex profeso* tanto en el [EGAE](#) (Capítulo III), como en el Código Deontológico, el nuevo [Código de Conducta de la Publicidad en la Abogacía](#) aspira a crear una serie de pautas que, aunque no puedan regular coercitivamente el mercado de la abogacía, al menos tendrá la capacidad de neutralizar ciertas prácticas indeseables que pueden lesionar incluso la propia "dignidad de todos los abogados".

La publicidad en la abogacía gozará de regulación específica (Foto: Economist & Jurist)

En efecto, el derecho a la ...

SUSCRÍBETE >

para una conversión completa a PDF |