



Lo que todo abogado debe saber sobre las marcas y muchas veces no tiene en cuenta.

DESTACADO: A los ojos del cliente la marca es un instrumento de transmisión de una serie de valores, virtudes o formas de actuar

DESTACADO: necesitamos encontrar alguna manera de transmitir la seguridad de que nuestros esfuerzos profesionales se convertirán en buenos resultados para nuestro cliente.

DESTACADO: Las marcas son un antídoto para la producción indiferenciada y para la agresiva oferta de precios.

I.- Introducción

Hace tiempo que se abrió la discusión sobre si los seres humanos tenemos un perfil más acentuado en lo racional o en lo emocional. La tendencia actual, cada vez más acentuada a medida que nos separamos de la economía industrial y nos adentramos en lo que se ha venido en llamar la nueva economía (que no es sólo Internet) refuerza la idea de que **somos meramente emocionales**. De todas formas y ya fuera de la discusión,

desde la época de J. F. Kennedy los políticos, y también las empresas, así lo entienden y los esfuerzos por captar votantes o mercado los realizan, en gran parte, a través de las emociones y en muy pocas ocasiones a través d ...