01/05/2005

ECONOMIST&JURIST

Redacción

El Marketing como respuesta ante los cambios en la profesión jurídica. ¿Cómo orientarla?

Existe en la profesión un cierto sentimiento de pérdida de terreno respecto a otros profesionales y empresas que actúan en el mercado de los servicios jurídicos.

Los gestores, los graduados sociales, los economistas y asesores fiscales, etc., han sido más dinámicos a la hora de ofrecer sus servicios y captar los clientes de los abogados. No es necesario repasar la historia para saber cómo se ha llegado a esta situación.

Recuperar ese terreno perdido solamente se puede hacer con la razón. Por mucho que amemos nuestra profesión, haciendo las mismas prácticas centenarias, seguiremos igual o peor. Es como aquel viejo aforismo: ``el que no avanza, retrocede´´.

El mundo hace mucho que ha cambiado profundamente y los abogados no tanto. Peor incluso: esta profesión se ha masificado y ha proliferado el abogado individual como respuesta a la masiva incorporación al mercado de trabajo de las generaciones de los años sesenta y setenta. No se han creado grandes estructuras de abogados o despachos

...

SUSCRÍBETE para una conversión completa a PDF