01/01/2001

ECONOMIST&JURIST

Redacción

Competencia y publicidad en el mercado de la abogacía: la publicidad de los abogados

La actividad publicitaria de los abogados debe considerarse desde una pespectiva más amplia, a la que se encuentra ineludiblemente ligada, cual es la de la competencia en el "mercado de la abogacía". En efecto, sólo un análisis riguroso de cómo actúan las fuerzas de la demanda y la oferta en el "mercado de la abogacía" permitirá alcanzar una conclusión sólida y fundamentada sobre el tratamiento noemativo que ha de recibir la actividad publicitaria de los abogados. Al fin y al cabo, la publicidad no puede concebirse sino como una de las variables que influyen en esa oferta y demanda de servicios jurídicos...

ver texto íntegro en documento adjunto ...

SUSCRÍBETE > para una conversión completa a PDF |