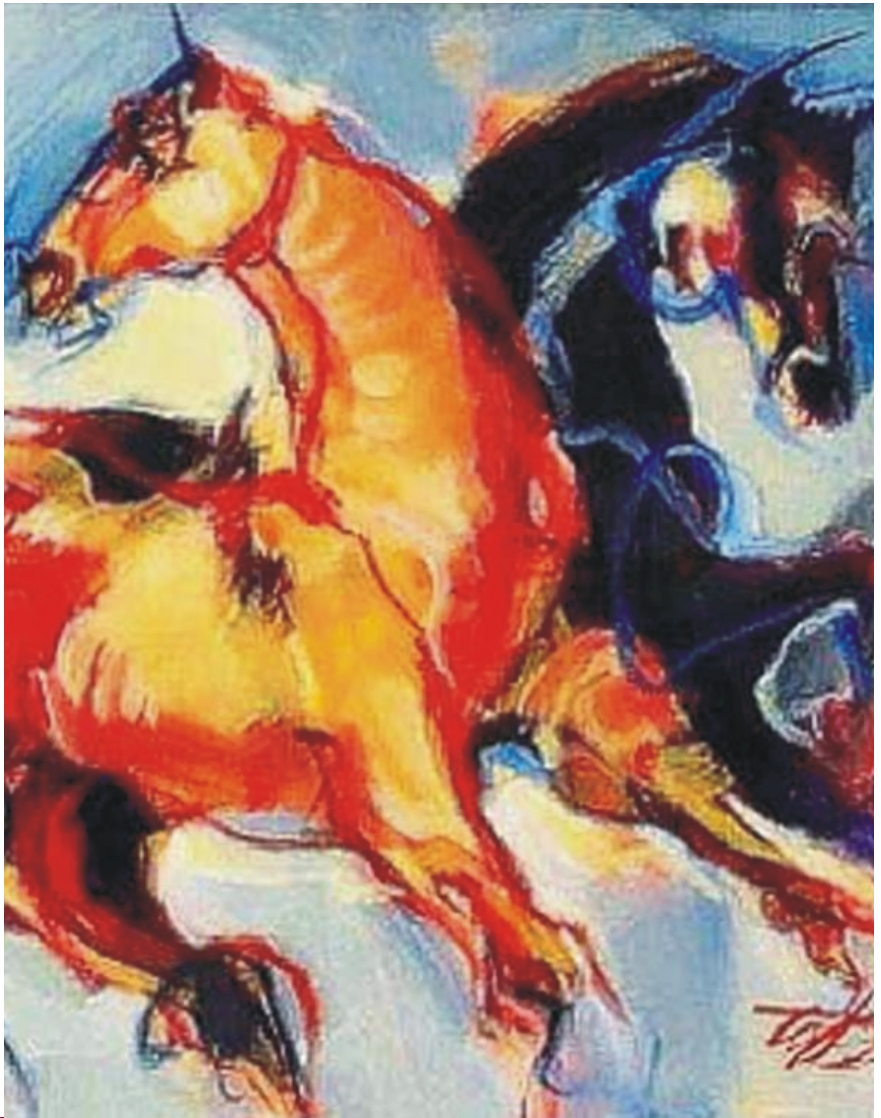


Natalia Tobón Franco

GERENCIA JURÍDICA Y RESPONSABILIDAD PROFESIONAL Enfoque nacional e internacional



Colección Textos de Jurisprudencia



Gerencia jurídica
y responsabilidad profesional
Enfoque nacional e internacional

Gerencia jurídica
y responsabilidad profesional
Enfoque nacional e internacional

Natalia Tobón Franco



COLECCIÓN TEXTOS DE JURISPRUDENCIA

- © 2006 Centro Editorial Universidad del Rosario
- © 2006 Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario
 - © 2006 Facultad de Jurisprudencia
- © 2006 Pontificia Universidad Javeriana
- © 2006 Facultad de Ciencias Jurídicas
 - © 2006 Librería DIKE
- © 2006 Natalia Tobón Franco

ISBN: 958-8225-88-4

Primera edición: Bogotá, D.C., marzo de 2006
Corrección de estilo: César Mackenzie
Diagramación: Ángela María Echavarría Silva
Ilustración carátula: Jorge Tobón, *Caballo*, Acrílico, 100 x 80 cm, 1998
Ilustración contracarátula: Jorge Tobón, *Toro*, Acrílico, 100 x 80 cm, 1998
Diseño de cubierta: Ángela María Echavarría S.
Impresión: Javegraf
Centro Editorial Universidad del Rosario
Calle 13 No. 5-83 Tels.: 336 6582/83, 243 2380
cedir@claustro.urosario.edu.co

Todos los derechos reservados. Esta obra no puede ser reproducida
sin el permiso previo escrito del
Centro Editorial Universidad del Rosario.

TOBÓN, Natalia
Gerencia jurídica y responsabilidad profesional. Enfoque nacional e
internacional / Natalia Tobón. Facultad de Jurisprudencia.-- Bogotá:
]Centro Editorial Rosarista, 2006.
191 p.-(Colección textos de Jurisprudencia)
Incluye bibliografía.
ISBN: 958-8225-88-4

Abogados / Abogados - Disciplina / Abogados - Responsabilidad profesional /
Acreditación profesional de abogados / Colegios de abogados - Colombia /
Consultorios jurídicos / Derecho como profesión / ética legal / Práctica del
derecho / Ética profesional / Argumentación jurídica / I. Título / II. Serie.

340.092 20

Impreso y hecho en Colombia
Printed and made in Colombia

CONTENIDO

Introducción	13
1. El abogado	15
1.1. El abogado tiene una función social	17
1.2 Los abogados requieren título profesional	19
1.3 El caso de los preparatorios	22
1.4 Requisitos para obtener el título de abogado	23
1.5 Excepciones a la exigencia del título profesional: el caso de los consultorios jurídicos	25
1.6 ¿Quiénes no pueden ejercer la abogacía aunque se hallen inscritos?	27
2. Los tradicionales decálogos de abogados	29
2.1 Decálogo de San Ivo (Abogado. Patrono de la Abogacía 1253-130327) .	31
2.2 Decálogo de Ángel Ossorio y Gallardo (1873-1946)	31
2.3 Decálogo de Eduardo J. Couture (1904-1957)	32
2.4 Los decálogos y su relación con la moral y la ética	33
3. Los colegios de abogados	35
3.1 Los colegios de abogados en el mundo	36
3.2 El caso colombiano	37
3.3 Colegios de abogados en Colombia	39
4. Régimen disciplinario de los abogados	41
4.1 Deberes generales del abogado	42
4.2 Las faltas contra la dignidad de la profesión	43
4.3 Faltas contra el decoro profesional	46
4.4 Faltas contra el respeto debido a la administración de justicia	46
4.5 Faltas contra la recta y cumplida administración de justicia	48
4.6 Faltas contra la lealtad debida a la administración de justicia	52
4.7 Faltas de lealtad con el cliente	57
4.8 Faltas a la honradez del abogado	60
4.9 Faltas a la debida diligencia profesional	61
4.10 Faltas a la lealtad profesional	64
5. Aspectos legales de la publicidad para abogados	67
5.1 Propaganda de los odontólogos	70
5.2 Propaganda de los contadores públicos	71

5.3 Propaganda de los médicos	71
5.4 El caso de la publicidad de los abogados en otros países	72
5.5 La propuesta del Consejo Superior de la Judicatura de Colombia	76
5.6 Publicidad y competencia desleal	76
5.7 Publicidad y protección al consumidor	77
5.8 Código de Autorregulación Publicitaria	78
6. La remuneración de los abogados	81
6.1 Formas de cobro de honorarios	84
6.2 Casos concretos	86
6.2.1 El abogado que no pacta honorarios con su cliente	86
6.2.2 Los límites de la <i>cuota litis</i> en Colombia	88
6.2.3 ¿Quién asume las costas en un acuerdo de <i>cuota litis</i> ?	88
6.2.4 Honorarios excesivos para procesos ejecutivos	89
6.2.5 Honorarios exagerados por asistir a una audiencia de conciliación ...	89
6.2.6 No hay sanción por eficiencia	89
6.2.7 Competencia entre colegas por honorarios	90
6.2.8 Honorarios del apoderado sustituto	91
6.2.9 ¿Puede el cliente negarse a pagar honorarios porque el negocio encomendado no tuvo éxito?	91
6.3 Tarifas de los colegios de abogados	92
6.4 Diferencias entre agencias en derecho y honorarios	93
6.5 Exigibilidad de los honorarios	95
6.6 El modelo Summit	96
7. El secreto profesional de los abogados	97
7.1 ¿Qué información está protegida por el secreto profesional?	98
7.2 ¿Qué significa inviolable?	98
7.3 Secreto profesional de los revisores fiscales	99
7.4 Secreto profesional de los médicos	100
7.5 Secreto profesional de los periodistas	101
7.6 Secreto profesional de los abogados	102
7.7 Sanciones por la violación del secreto profesional del abogado	103
7.8 Secreto profesional del abogado en otras legislaciones	103
8. Responsabilidad disciplinaria de los abogados en Colombia	105
8.1 Faltas disciplinarias	106
8.2 Sanciones	106
8.3 Autoridad competente para imponer sanciones por faltas disciplinarias	108
8.4 Inspección y vigilancia sobre abogados	108
8.5 Cualquier persona puede denunciar una falta de un abogado	109

8.6 Los principios del debido proceso, tipicidad y legalidad también se aplican en procesos disciplinarios	109
8.7 Las sanciones contra abogados son públicas	109
8.8 La sanción de exclusión a la profesión no vulnera el derecho al trabajo ni el derecho a la igualdad ni la libertad de escoger profesión u oficio ni el principio del debido proceso	110
8.9 No es posible formular una acusación con base en la totalidad de las faltas contempladas en el Decreto 196 de 1971	112
8.10 Son válidas las actuaciones cumplidas con la intervención de un abogado suspendido en el ejercicio profesional	112
9. Responsabilidad penal de los abogados en Colombia	115
9.1 Tipos penales de mayor ocurrencia entre abogados	116
9.2 ¿Ser abogado es una circunstancia de mayor punibilidad?	121
9.3 Agravación punitiva cuando la conducta punible es cometida por un juez	122
9.4 Sanción disciplinaria, sanción penal y <i>non bis ídem</i>	122
9.5 Responsabilidad penal de las firmas de abogados	123
10. Responsabilidad civil de los abogados	125
10.1 Elementos generales de la responsabilidad civil	126
10.2 Responsabilidad civil contractual del abogado	127
10.2.1 ¿Qué tipo de contrato regula la relación abogado-cliente?	128
10.2.2 Obligaciones de abogados y clientes en el marco del contrato ...	131
10.2.3 <i>Lex artis</i> como obligación contractual implícita	132
10.2.4 Los abogados no sólo tienen obligaciones de medio, también tienen obligaciones de resultado	135
10.2.5 Abogados responden contractualmente hasta por la culpa leve .	136
10.3 Responsabilidad civil extracontractual	138
10.3.1 Responsabilidad civil extracontractual por culpa	138
10.3.2 Responsabilidad civil extracontractual por graves actuaciones temerarias o de mala fe	138
10.3.3 Casos en que el abogado actúa con temeridad o mala fe	139
10.3.4 Responsabilidad civil extracontractual por causa de un delito ...	140
10.4 Monto de los perjuicios	141
10.5 Responsabilidad civil contractual o extracontractual de las firmas de abogados	142
10.6 Pólizas de responsabilidad para abogados	143
11. Aspectos tributarios del ejercicio profesional	145
11.1 Abogados independientes	146
11.2 Firmas de abogados	151

12. Argumentación jurídica	153
12.1 Lógica	154
12.2 Clases de argumentos	156
12.3 Vicios de la argumentación	157
12.4. Las falacias	157
12.5 ¿Cómo se prepara un argumento eficaz?	160
12.6 El relativismo: un problema (o una oportunidad) al argumentar	163
13. Técnicas para la presentación de argumentos	165
13.1 Técnicas para la presentación escrita de los argumentos	166
13.2 Técnicas para la presentación oral de los argumentos	170
14. El nombre, la localización y la identidad corporativa de la firma de abogados ...	175
14.1 La importancia del nombre	176
14.1.1 Nombres poco originales	177
14.1.2 Un buen nombre	178
14.1.3 Aspectos legales del nombre	178
14.2 Una buena localización	179
14.3 La identidad corporativa	181
15. Planeación estratégica para abogados	183
15.1 Estructura legal	184
15.2 Expectativas económicas personales	185
15.3 La planeación estratégica por etapas	187
15.3.1 La misión	187
15.3.2 La visión	188
15.3.3 Los valores o la cultura de la firma	188
15.3.4 Análisis DOFA o SWOT	190
15.3.5 Conocer a los competidores	192
15.3.6 Establecer un <i>target</i> o perfil de cliente	193
15.3.7 Posicionarse en el mercado	193
15.4 Implementación de estrategias	194
16. Marketing jurídico	197
16.1 Auto revisión	198
16.2 Establecer una ventaja competitiva	198
16.3 Aumentar la satisfacción de los empleados	199
16.4 Aumentar la satisfacción de los clientes	199
16.5 Aumentar los negocios	201
16.6 Aumentar la visibilidad de la firma	202
16.7 Grandes ideas para futuros empresarios	206
17. Corolario	209
Bibliografía	211

A mi padre, el pintor Jorge Tobón Lara, quien tenía la habilidad de
explicar las cosas más complejas de una manera sencilla.
Creo que por eso le decían Maestro.

Introducción

A todos los abogados nos echan al agua sin saber nadar. En la Universidad nos enseñan derecho romano, derecho civil y derecho administrativo pero nadie nos dice cuáles son los factores que hay que tener en cuenta al momento de cobrar honorarios, la forma en que se puede hacer publicidad profesional, y los eventos en que, como abogados, incurrimos en responsabilidad civil, penal o disciplinaria. Jamás se menciona durante la carrera la existencia de unas técnicas de redacción que faciliten la elaboración de conceptos legales más claros, la concepción de artículos jurídicos más amenos ó la presentación de demandas más eficientes ante los jueces.

Estudiamos la lógica formal, hablamos de silogismos, leemos los acercamientos de Habermas a la retórica, pero desconocemos las técnicas universalmente conocidas para impactar a un auditorio con la buena presentación oral de un argumento. Es más, tampoco sabemos la importancia de la planeación estratégica en cualquier negocio ni conocemos conceptos como marketing jurídico, creatividad y servicio al cliente, los cuales, eventualmente, nos facilitarían la decisión de crear nuestra propia firma de abogados o, sin ir más allá, nos ayudarían a comprender más las inquietudes comerciales de nuestros clientes. El resultado de ello es que todos los años egresan de las facultades de Derecho miles de abogados obsesionados con un conseguir empleo que nunca aparece o que se dedican a competir cobrando honorarios irrisorios en lugar de ofrecer más calidad en sus servicios.

Pensando en ellos, y en todo lo que me hubiera gustado saber cuando salí de la Universidad, escribí este libro. Quizá algunos lectores lo encontrarán “muy elemental” para las lucubraciones jurídicas a las que están acostumbrados, pero estoy convencida de varias cosas:

- Que lo elemental es lo fundamental.
- Que hay que erradicar de una vez por todas el “si no sabes, confúndelos”.

- Que se necesitan más abogados que encuentren soluciones a problemas y no problemas a las soluciones.
- Que lo bueno, si es breve, es doblemente bueno.



A la mayoría de los abogados nunca se les enseña en la universidad conceptos tales como planeación estratégica, identidad corporativa, posicionamiento en el mercado, atención al cliente o marketing jurídico. De igual forma, los abogados tampoco están entrenados en habilidades fundamentales como la redacción de documentos legales o las técnicas para la presentación oral de los argumentos. Inclusive, a veces, en el ejercicio profesional, se encuentran abogados experimentados que desconocen sus obligaciones ante el fisco, el cliente, la administración de justicia y los colegas, lo que los hace incurrir en responsabilidad tributaria, disciplinaria, civil y hasta penal.

En este texto el lector encontrará respuestas claras y concisas a interrogantes como los siguientes: ¿puede un abogado ser obligado a responder disciplinaria y civilmente por no manejar el *lex artis*, es decir, por no conocer la legislación vigente y la jurisprudencia consolidada que habría beneficiado a su cliente en un caso concreto?, ¿tienen los abogados obligaciones de resultado?, ¿pueden los abogados revelar en su publicidad los nombres de sus clientes o identificar las sumas de dinero que han obtenido en varios procesos?, ¿puede un abogado revelar información cobijada por el secreto profesional para evitar la comisión de un delito?, y ¿cómo diseñar un plan de marketing jurídico a la medida?.

Esas y muchas otras cuestiones prácticas son desarrolladas por la autora a la luz de la legislación colombiana y el derecho comparado. Por eso podemos afirmar que se trata de un libro de referencia tanto para los estudiantes de derecho como para los profesionales ya graduados, sin importar su especialidad, que quieran estar actualizados en temas de responsabilidad profesional y administración de firmas de abogados.



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario - 1653



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Bogotá
Facultad de Ciencias Jurídicas

codigo
de barras