



**UNIVERSIDAD DE CHILE**

**FACULTAD DE DERECHO**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DEL DERECHO**

**ENSAYO SOBRE ÁREAS DE DESINFORMACIÓN EN EL  
MERCADO DE LOS SERVICIOS LEGALES**

**PAULA MARGARITA SILVA PAREDES**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN CIENCIAS JURÍDICAS Y  
SOCIALES**

**PROFESOR GUÍA: FRANCISCO MORAGA MANTEROLA**

**SANTIAGO, CHILE**

**Enero 2014**

*“It was a fatal day when the public discovered that the pen is mightier than the paving-stone, and can be made as offensive as the brickbat”*

**Oscar Wilde**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>CAPÍTULO 1: EL MERCADO DE LOS SERVICIOS LEGALES</b> .....	3
1.1. La Profesión Jurídica .....	3
1.2. Hacia la construcción de un concepto de Mercado de los servicios legales.....	5
1.3. Características del Mercado de los servicios legales .....	8
<b>CAPÍTULO 2: REGULACIÓN DE LOS DEBERES DEL PROFESIONAL</b> .....	12
2.1. Los Códigos de Ética chilenos de 1948 y 2011 .....	12
2.2. Análisis comparativo de la codificación de los deberes del profesional en Chile y otros países .....	18
2.2.1. Relación con los deberes de conducta del Código de ética de la ABA.....	18
2.2.2. Relación con los deberes de conducta de otros Códigos de ética latinoamericanos .....	21
2.2.2.1. Código de Ética del MERCOSUR.....	21
2.2.2.2. Código de Ética de Argentina .....	23
2.2.2.3. Código de Ética de Brasil .....	24

**CAPÍTULO 3: APROXIMACIÓN A LA VALORACIÓN DE LOS ABOGADOS  
RESPECTO DE LOS POTENCIALES CLIENTES DEL MERCADO DE LOS  
SERVICIOS LEGALES.....27**

3.1. Metodología empleada.....27

3.2. Resultados ..... 38

3.2.1. Pregunta N°7: “¿Sabe usted qué es un abogado?” ..... 38

3.2.2. Pregunta N°8: “¿Puede explicar qué es un abogado?” ..... 40

3.2.3. Pregunta N°9: “¿Qué opinión tiene sobre los abogados?” ..... 48

3.2.4. Pregunta N°10: “¿Ha tenido alguna experiencia con algún abogado?”... 52

3.2.5. Pregunta N°11: “¿De qué naturaleza fueron los servicios prestados?” ... 57

3.2.6. Pregunta N°12: “¿Cómo fue su experiencia?” ..... 60

3.2.7. Pregunta N°13: “¿Cómo llegó a contactarse con dicho abogado?”..... 63

3.2.8. Pregunta N°14: “¿Conocía la especialidad de su abogado antes de  
contratarlo?”..... 66

3.2.9. Pregunta N°15: “¿Conoce las especialidades existentes en la actualidad?  
..... 69

3.2.10. Pregunta N°16: “¿Qué especialidades conoce?” ..... 72

3.2.11. Pregunta N°17: “¿Qué abogado es representativo del gremio para  
usted?” ..... 79

3.2.12. Pregunta N°18: “¿Cuál o cuáles de los siguientes cree que son deberes  
del abogado para con sus clientes?” ..... 86

3.2.13. Pregunta N°19: “¿Cuál o cuáles de las siguientes considera que son prácticas comunes de los abogados?” .....	91
3.2.14. Pregunta N°20: “¿Cuál o cuáles de los anteriores considera Ud. comportamiento prohibido?” .....	96

<b>CAPÍTULO 4: LA PERSPECTIVA DEL CLIENTE: ANÁLISIS SOBRE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENCUESTA A POTENCIALES CLIENTES DEL MERCADO DE LOS SERVICIOS LEGALES .....</b>	<b>101</b>
4.1. Opinión de los encuestados .....	102
4.2. Conocimiento sobre la profesión y los profesionales .....	111
4.3. Expectativas sobre la profesión.....	116
4.4. Prohibiciones de la profesión.....	126
<b>CONCLUSIONES: IDEAS SOBRE LA NECESIDAD DE HACER PÚBLICAS LAS PROHIBICIONES Y DEBERES .....</b>	<b>142</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>147</b>

## INDICE DE ILUSTRACIONES Y CUADROS

<b>ENCUESTA A POSIBLES CLIENTES DEL MERCADO DE LOS SERVICIOS LEGALES</b> .....	35
<b>ILUSTRACION 1</b> El Mercado .....	7
<b>ILUSTRACIÓN 2</b> El cliente – persona jurídica.....	9
<b>ILUSTRACIÓN 3</b> El cliente – persona natural .....	10
<b>ILUSTRACIÓN 4</b> Relación abogado – cliente.....	11
<b>IMAGEN 1</b> Solicitación y su aplicación actual.....	17
<b>CUADRO 1</b> Chile y USA.....	21
<b>CUADRO 2</b> Chile y Latinoamérica.....	26
<b>CUADRO 3</b> Diseño de cobertura de la Encuesta.....	28
<b>CUADRO 4</b> Matriz de Clasificación Socioeconómica.....	32
<b>ESQUEMA 1</b> <i>Pregunta N°8</i> , palabras más utilizadas en la población encuestada.....	43
<b>ESQUEMA 2</b> <i>Pregunta N°8</i> , subsector ABC1.....	44
<b>ESQUEMA 3</b> <i>Pregunta N°8</i> , subsector C2.....	45
<b>ESQUEMA 4</b> <i>Pregunta N°8</i> , subsector C3.....	46
<b>ESQUEMA 5</b> <i>Pregunta N°8</i> , subsector D.....	46
<b>ESQUEMA 6</b> <i>Pregunta N°8</i> , subsector E.....	47
<b>ESQUEMA 7</b> <i>Pregunta N°9</i> , palabras más utilizadas en la población encuestada.....	51
<b>ESQUEMA 8</b> <i>Pregunta N°16</i> , especialidades más conocidas en la población encuestada.....	75
<b>ESQUEMA 9</b> <i>Pregunta N°16</i> , subsector ABC1.....	76
<b>ESQUEMA 10</b> <i>Pregunta N°16</i> , subsector C2.....	77
<b>ESQUEMA 11</b> <i>Pregunta N°16</i> , subsector C3.....	77
<b>ESQUEMA 12</b> <i>Pregunta N°16</i> , subsector D.....	78
<b>ESQUEMA 13</b> <i>Pregunta N°16</i> , subsector E.....	79
<b>ESQUEMA 14</b> <i>Pregunta N°17</i> , abogados representativos del gremio según el total de la población encuestada .....	82
<b>ESQUEMA 15</b> <i>Pregunta N°17</i> , subsector ABC1 .....	83
<b>ESQUEMA 16</b> <i>Pregunta N°17</i> , subsector C2.....	84
<b>ESQUEMA 17</b> <i>Pregunta N°17</i> , subsector C3.....	84
<b>ESQUEMA 18</b> <i>Pregunta N°17</i> , subsector D.....	85
<b>ESQUEMA 19</b> Abogado representativo: nombres .....	113
<b>ESQUEMA 20</b> Abogado representativo: características .....	114
<b>ESQUEMA 21</b> Abogado representativo: especialidades.....	115
<b>GRÁFICO 1</b> Composición de la población encuestada.....	31
<b>GRÁFICO 2</b> <i>Pregunta N° 7</i> , en relación al total de la población encuestada. ....	38
<b>GRÁFICO 3</b> <i>Pregunta N° 7</i> , proporciones según subsector de la población.....	40
<b>GRÁFICO 4</b> <i>Pregunta N° 8</i> , en relación al total de los encuestados.....	41
<b>GRÁFICO 5</b> <i>Pregunta N° 8</i> , proporciones según subsector de los encuestados. ....	42

<b>GRÁFICO 6</b> <i>Pregunta N° 9</i> , en relación al total de la población encuestada. ....	48
<b>GRÁFICO 7</b> <i>Pregunta N°9</i> , proporciones según subsector de la población. ....	50
<b>GRÁFICO 8</b> <i>Pregunta N° 10</i> , en relación al total de la población encuestada.....	52
<b>GRÁFICO 9</b> <i>Pregunta N° 10</i> , proporciones según subsector de la población. ....	54
<b>GRÁFICO 10</b> <i>Pregunta N° 10</i> , proporciones según edad de los encuestados.....	56
<b>GRÁFICO 11</b> <i>Pregunta N° 10</i> , proporciones según sexo de los encuestados .....	57
<b>GRÁFICO 12</b> <i>Pregunta N° 11</i> , en relación al total de la población encuestada.....	58
<b>GRÁFICO 13</b> <i>Pregunta N° 11</i> , proporciones según subsector de la población. ....	60
<b>GRÁFICO 14</b> <i>Pregunta N° 12</i> , en relación al total de la población encuestada.....	61
<b>GRÁFICO 15</b> <i>Pregunta N° 12</i> , proporciones según subsector de la población. ....	63
<b>GRÁFICO 16</b> <i>Pregunta N° 13</i> , en relación al total de la población encuestada.....	64
<b>GRÁFICO 17</b> <i>Pregunta N° 13</i> , proporciones según subsector de la población. ....	66
<b>GRÁFICO 18</b> <i>Pregunta N° 14</i> , en relación al total de la población encuestada.....	67
<b>GRÁFICO 19</b> <i>Pregunta N° 14</i> , proporciones según subsector de la población. ....	69
<b>GRÁFICO 20</b> <i>Pregunta N° 15</i> , en relación al total de la población encuestada.....	70
<b>GRÁFICO 21</b> <i>Pregunta N° 15</i> , proporciones según subsector de la población. ....	72
<b>GRÁFICO 22</b> <i>Pregunta N° 16</i> , en relación al total de la población encuestada.....	73
<b>GRÁFICO 23</b> <i>Pregunta N° 16</i> , proporciones según subsector de la población. ....	74
<b>GRÁFICO 24</b> <i>Pregunta N° 17</i> , en relación al total de la población encuestada.....	80
<b>GRÁFICO 25</b> <i>Pregunta N° 17</i> , proporciones según subsector de la población. ....	81
<b>GRÁFICO 26</b> <i>Pregunta N° 18</i> , en relación al total de la población encuestada.....	87
<b>GRÁFICO 27</b> <i>Pregunta N° 18</i> , proporciones según subsector de la población. ....	90
<b>GRÁFICO 28</b> <i>Pregunta N° 19</i> , en relación al total de la población encuestada.....	92
<b>GRÁFICO 29</b> <i>Pregunta N° 19</i> , proporciones según subsector de la población. ....	95
<b>GRÁFICO 30</b> <i>Pregunta N° 20</i> , en relación al total de la población encuestada.....	97
<b>GRÁFICO 31</b> <i>Pregunta N° 20</i> , proporciones según subsector de la población. ....	100
<b>GRÁFICO 32</b> Opinión positiva y experiencia .....	104
<b>GRÁFICO 33</b> Opinión negativa y experiencia.....	105
<b>GRÁFICO 34</b> Otra opinión y experiencia .....	106
<b>GRÁFICO 35</b> Opinión positiva y naturaleza del servicio .....	108
<b>GRÁFICO 36</b> Opinión negativa y naturaleza del servicio.....	109
<b>GRÁFICO 37</b> Otra opinión y naturaleza del servicio.....	110
<b>GRÁFICO 38</b> Relación sabe / contesta .....	111
<b>GRÁFICO 39</b> ¿Conocía la especialidad? .....	112
<b>GRÁFICO 40</b> Opinión positiva y evaluación de la experiencia.....	117
<b>GRÁFICO 41</b> Opinión negativa y evaluación de la experiencia .....	118
<b>GRÁFICO 42</b> Otra opinión y evaluación de la experiencia.....	119
<b>GRÁFICO 43</b> Opinión positiva y expectativas.....	121
<b>GRÁFICO 44</b> Opinión negativa y expectativas .....	122
<b>GRÁFICO 45</b> Otra opinión y expectativas.....	123
<b>GRÁFICO 46</b> Opiniones y expectativas.....	125
<b>GRÁFICO 47</b> Opinión positiva y prácticas comunes.....	127
<b>GRÁFICO 48</b> Opinión negativa y prácticas comunes .....	129
<b>GRÁFICO 49</b> Otra opinión y prácticas comunes.....	130
<b>GRÁFICO 50</b> Opiniones y prácticas comunes.....	132
<b>GRÁFICO 51</b> Opinión positiva y prácticas prohibidas .....	134
<b>GRÁFICO 52</b> Opinión negativa y prácticas prohibidas .....	135
<b>GRÁFICO 53</b> Otra opinión y prácticas prohibidas.....	136

**GRÁFICO 54** Opiniones y prácticas prohibidas ..... 138  
**GRÁFICO 55** Porcentajes de solicitud en el Mercado ..... 139  
**GRÁFICO 56** Experiencia y contacto..... 141



## RESUMEN

El siguiente trabajo busca conocer la opinión y expectativas que posee el público sobre los abogados que los asesorarán, y el gremio al que pertenecen. A través de esta investigación se intenta reunir y comprender dichas opiniones, y buscar soluciones en aquellas áreas que resulten conflictivas o difusas respecto de la abogacía.

Con el objetivo claro, se intentó construir una muestra representativa a la cual aplicar una encuesta, clasificando al público encuestado dentro de los grupos socioeconómicos a que pertenecen.

De los resultados obtenidos deriva la necesidad de concientizar al público sobre la labor del abogado, los deberes y prohibiciones que circunscriben la profesión, y las diferentes especialidades existentes en la actualidad, a fin de mejorar los estándares de información respecto de un Mercado que muchas veces les es adverso y confuso, y facilitar el acceso a clientes informados, que entablen relaciones simétricas con sus asesores, y sean capaces de exigir lo que corresponda y evitar los abusos.

## INTRODUCCIÓN

La presente memoria de prueba es un intento por aportar a la escasa investigación realizada en el área de la profesión y la falta de antecedentes empíricos relativos a la percepción de los usuarios respecto de los abogados.

El contacto con estas materias en el curso de pregrado “Profesión Jurídica” de la Facultad de Derecho de la Universidad de Chile, fundamenta la necesidad de comenzar con un trabajo que reúna la teoría recogida de aquellas clases, y el resultado de encuestas realizadas a quienes resulten ser el público eventual de los abogados, con el fin de elaborar criterios sobre la visión externa de los profesionales, y las posibles razones de lo anterior, buscando construir un modelo de abogado acorde con las aspiraciones del Mercado.

El estado de desarrollo en que se encuentra el campo de la investigación en profesión jurídica es uno en que el concepto de *Mercado de los Servicios Legales* prácticamente es desconocido en la literatura nacional, salvo por breves comentarios que han aparecido en la última época en la revista del Colegio de Abogados.

Más aún, si esa es la realidad en el ámbito del ejercicio de la profesión, el desconocimiento de quienes acuden al mercado como potenciales clientes es extremo, por lo cual se ven en una total indefensión ante cualquier abuso.

Este trabajo es el resultado de una ardua investigación empírica, realizada a través de encuestas, analizadas y esquematizadas, que intentará resolver las contradicciones existentes entre las expectativas de los potenciales clientes del abogado y el efectivo ejercicio de la profesión, en relación con el catálogo de conductas profesionales contenido en la actual codificación del Colegio de Abogados. Y con lo anterior, buscará orientar a los potenciales clientes sobre qué esperar de su abogado, y dentro de qué límites puede desenvolverse, otorgándole así la posibilidad de crearse expectativas adecuadas, y transformando a estos probables clientes en personas informadas y conscientes de lo que está y no está permitido en el ámbito del ejercicio de esta profesión.

En síntesis, lo que se busca con el presente trabajo es lograr que los clientes entiendan los límites de su asesor como sus propios límites, guardando respeto a la contraparte, y a todos aquellos que participan del Mercado de los Servicios Legales.

## **CAPÍTULO 1: EL MERCADO DE LOS SERVICIOS LEGALES**

Para empezar la discusión sobre la realidad del Mercado en que se desenvuelven los abogados profesionales y sus potenciales clientes, es necesario esbozar un concepto de Mercado que sea lo suficientemente amplio como para comprender las etapas previas y coetáneas a la contratación, así como los procesos definitorios de la relación contractual abogado-cliente.

La importancia de la definición no puede desestimarse, ya que las prácticas que consideremos enmarcadas dentro del Mercado de los servicios legales podrán ser reguladas en conjunto, sin importar la naturaleza de la transacción que se efectúe dentro de este Mercado, puesto que la relación abogado-cliente tendrá prácticamente las mismas características, cualquiera sea la estructura que se le dé.

### **1.1. La Profesión Jurídica**

Para definir la profesión jurídica es necesario en principio contar con una definición de lo que es la profesión.

Es profesión la *“ocupación principal, (cuya) característica primordial está determinada por el tiempo y la importancia que tiene la ocupación en la vida del*

*sujeto*<sup>1</sup>. Junto con lo anterior, la profesión se caracteriza por requerir formación específica, con contenido exclusivo y excluyente en aquella área del conocimiento en que se encuentra circunscrita, la cual puede darse en estructuras de educación superior y/o intermedia.

Los profesionales se agrupan en *gremios*, o *colegios de profesionales*, los cuales son responsables de fijar los límites de conocimientos mínimos de éstos, también llamados estándares de competencia propia de la profesión, y los estándares de comportamiento del profesional respecto del resto de los individuos de la sociedad, conocidos como comportamiento deontológico.

Los estándares de competencia mínima de la profesión, en cuanto a los conocimientos que se le exigen al abogado, se refieren al conocimiento de las materias jurídicas.

Así, se encuadra en la profesión jurídica, aquel individuo que contando con las competencias de conocimiento necesarias, se ocupa principalmente de materias jurídicas.

De acuerdo a lo anterior, dentro de la profesión jurídica se encuentran la abogacía, la profesión judicial y la profesión docente. A contrario sensu, no se encuentran dentro de la profesión jurídica: los funcionarios auxiliares de la administración de justicia como los receptores, notarios, conservadores de bienes raíces, defensores públicos y fiscales, y los síndicos de quiebras, entre otros.

---

<sup>1</sup> MORAGA MANTEROLA FRANCISCO. 2009. p.1.

El presente trabajo se refiere exclusivamente una profesión jurídica: la abogacía, y su desarrollo dentro del Mercado de los Servicios Legales.

## **1.2. Hacia la construcción de un concepto de Mercado de los servicios legales**

La literatura nacional existente al respecto es bastante exigua, y la mayor parte de su desarrollo se debe al trabajo docente, desplegado en las distintas facultades de Derecho a lo largo del territorio nacional, en las cuales, los mismos abogados han logrado construir un concepto del espacio virtual en que se desarrolla el intercambio del “producto” servicios legales.

Gracias a ese trabajo, el Mercado de los servicios Legales puede definirse como “*el ámbito de reunión entre los abogados y los requirentes de servicios legales*”<sup>2</sup>.

En definitiva, este Mercado es el lugar donde confluyen abogados a ofrecer servicios profesionales por una parte, y personas requirentes de estos servicios, también denominadas *eventuales o potenciales clientes*.

No caben al respecto dudas acerca de quién es el sujeto oferente en esta relación, pero como veremos más adelante, existe una gran desinformación respecto al ámbito de los servicios que prestan, sus conocimientos y especialidades.

Según el artículo 520 del Código Orgánico de Tribunales, los abogados “*son personas revestidas por la autoridad competente de la facultad de defender ante los tribunales de justicia los derechos de las partes litigantes*”, pero la definición legal, si

---

<sup>2</sup> MORAGA MANTEROLA FRANCISCO. 2009. p.16.

bien comprensiva de una importante misión del profesional, está restringida a la época de su construcción, y no incluye la gran gama de servicios que prestan los abogados en la actualidad.

En las palabras de Máximo Pacheco, *“El abogado es la persona que, teniendo el título y la habilitación correspondiente, hace profesión permanente de defender ante los Tribunales de Justicia el Derecho de las personas naturales y jurídicas y de absolver las consultas y realizar las gestiones de orden legal que le fueren encomendadas”*<sup>3</sup>. Dicha definición es mucho más comprensiva que la que nos da el Código orgánico de Tribunales, ya que identifica a los potenciales clientes del Abogado, pero debido a su data, no incluye una gran gama de servicios legales considerados así hoy en día.

Una definición más comprensiva de la labor del abogado profesional debería incluir el sinnúmero de servicios que prestan, siempre dentro del ámbito de la profesión jurídica, pero basta con señalar, a modo de proposición para elaborar una discusión que culmine con una nueva definición, que un abogado es aquel profesional que se desarrolla en el ámbito de la profesión jurídica, prestando servicios o asesorías a personas naturales y jurídicas, sean de Derecho Público o Derecho Privado. De dicha definición deriva que es un elemento de la esencia de la profesión de abogado su vinculación con el cliente.

---

<sup>3</sup> PACHECO MAXIMO. 1990. P.720.

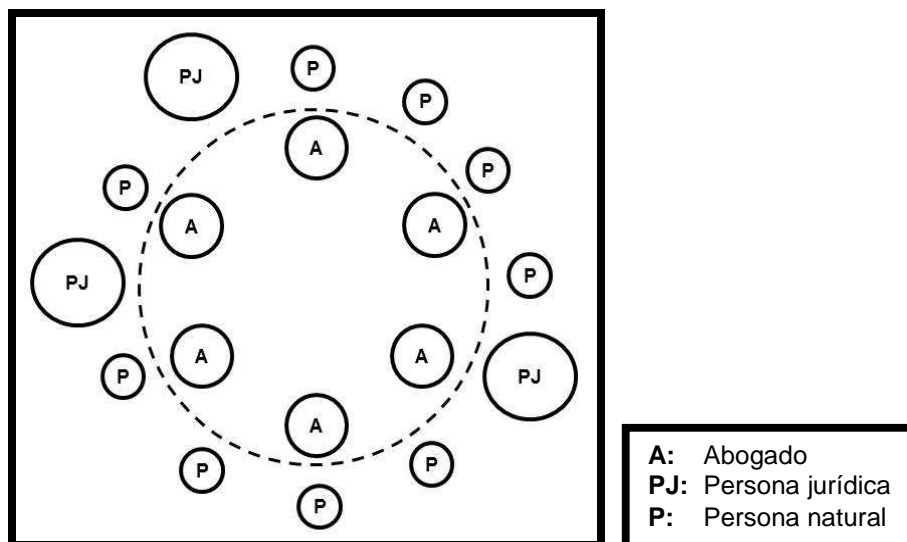
En cuanto a los potenciales clientes del abogado, de la definición esbozada en este ensayo es posible reconocer dos grandes grupos de potenciales o eventuales clientes: las personas jurídicas y las personas naturales.

Las personas jurídicas están conformadas por corporaciones públicas o privadas, que buscan servicios esencialmente en el ámbito patrimonial.

Las personas naturales, por otro lado, son individuos, de difícil determinación, y que demandan la mayor cantidad de servicios en el Mercado, alcanzando alrededor de un 80% de la contratación de servicios legales.

Lo anterior es ejemplificado en la Ilustración N°1 que se adjunta a continuación.

**ILUSTRACION 1** El Mercado





### **1.3. Características del Mercado de los servicios legales**

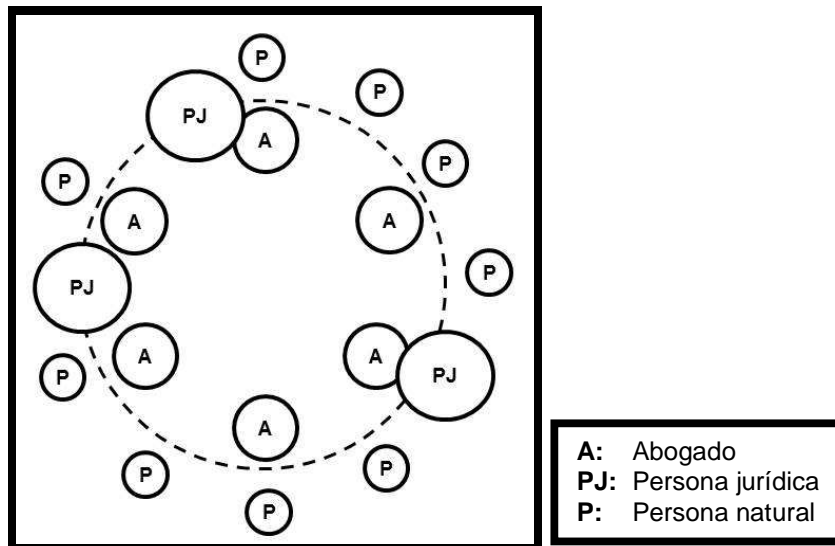
Para caracterizar el Mercado, es necesario distinguir entre el tipo de potenciales clientes que lo conforman.

Respecto de las personas jurídicas, es posible señalar que la demanda de servicios se hace por un requirente informado, que sabe exactamente lo que busca en un profesional, especialmente cuando se trata de asesorías del ámbito patrimonial, y que es a su vez fácilmente determinable o reconocible por los oferentes de servicios.

Junto con lo anterior, las personas jurídicas disponen de recursos, información y capacidad para elegir, por lo que buscan asesoría previa a la formación de un conflicto, adelantándose a la existencia de litigios, lo que les otorga la posibilidad de elegir a conciencia al profesional que los asesorará.

Así se ilustra a continuación.

## ILUSTRACIÓN 2 El cliente – persona jurídica

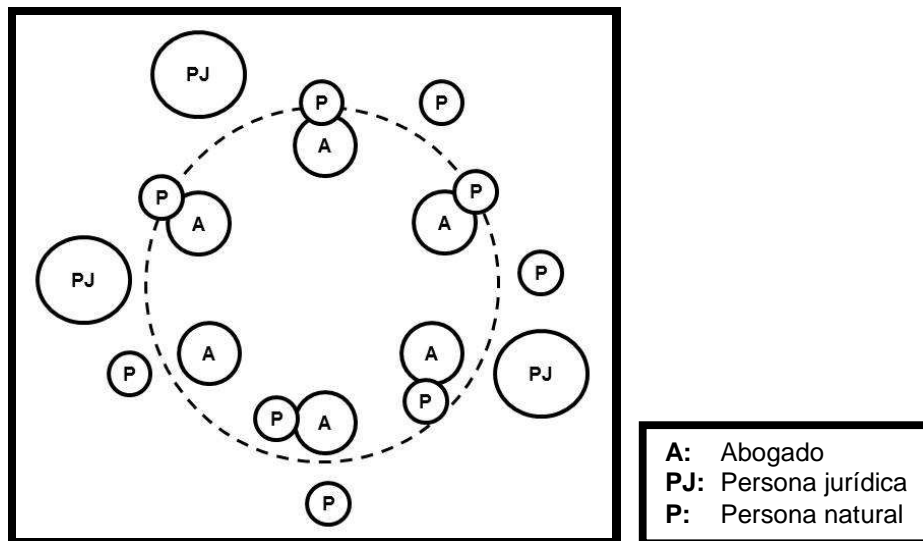


En cuanto a las personas naturales, el Mercado es altamente desinformado, lo cual se explica por la cantidad de individuos que lo conforman, y la variedad de materias de los conflictos en que se ven emplazados a participar.

Es un requirente indeterminable con anterioridad, lo que conlleva a que por lo general seleccionen al profesional que los asesorará cuando ya se encuentran en conflicto, lo cual disminuye su posibilidad de elegir.

La ilustración N°3 muestra una clara imagen de lo ya expresado.

### ILUSTRACIÓN 3 El cliente – persona natural

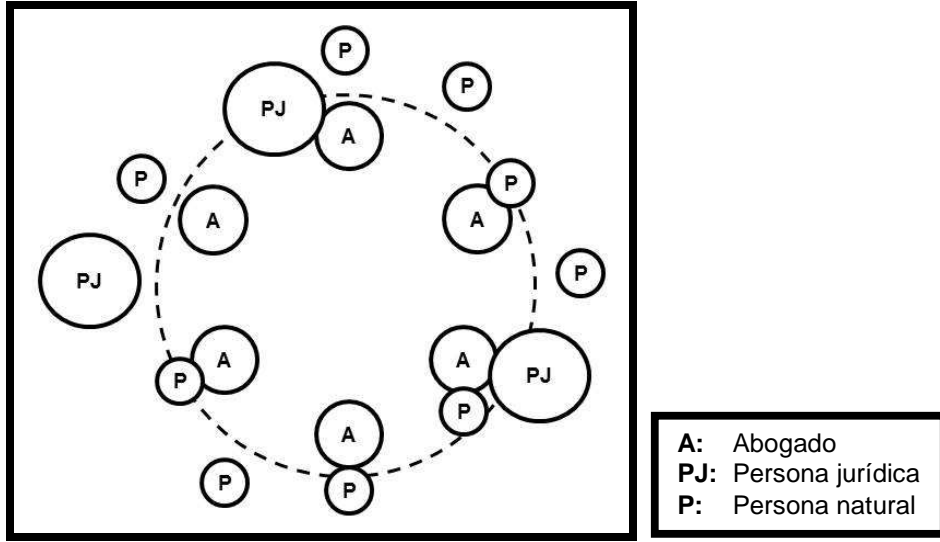


Dentro de dicho ámbito de relaciones, sin importar la naturaleza del *eventual cliente* de que se trate, se produce el intercambio entre oferentes y demandantes, y una vez determinados los sujetos que participarán de un servicio particular se configura la figura del cliente.

Cliente es, por tanto, aquel sujeto determinado respecto del que existe individualización del profesional con el cual ha contratado para la prestación de sus servicios.

La relación abogado – cliente puede ilustrarse de la siguiente forma:

**ILUSTRACIÓN 4** Relación abogado – cliente



## **CAPÍTULO 2: REGULACIÓN DE LOS DEBERES DEL PROFESIONAL**

La regulación de los deberes del profesional en nuestro país tiene bases bien delimitadas, y se ha expuesto en catálogos tipo Códigos, en forma similar a la codificación que identifica a la mayor parte de la legislación nacional.

### **2.1. Los Códigos de Ética chilenos de 1948 y 2011**

La necesidad de codificación de los estándares de comportamiento ético de los abogados empezó a ser un importante tema de discusión en Chile desde la creación de los colegios profesionales obligatorios.

En 1948, dicha tarea culminó con la dictación del primer Código de ética profesional<sup>4</sup>, el cual regulaba las conductas de todos los abogados que ejercían la profesión a lo largo del territorio nacional, los que respondían ante el Colegio de Abogados por los conflictos que se suscitaban entre los profesionales y sus clientes.

El Colegio tenía amplias potestades sancionatorias, ya que podía aplicar una gran gama de penas, desde la amonestación, hasta la pérdida del título de abogado, dependiendo de la gravedad de las infracciones cometidas.

---

<sup>4</sup> COLEGIO DE ABOGADOS. 1948a.

Entre los deberes del Abogado en el ejercicio de la profesión se encontraban: servir y un colaborar con la justicia, defender, con estricto apego a las normas jurídicas y morales, los derechos de su cliente (Artículo 1); defender el honor y la dignidad profesionales (Artículo 2); obrar con honradez y buena fe (Artículo 3); y guardar el secreto profesional (Artículo 10), entre otros.

En el mismo sentido, se desarrollaron prohibiciones expresas de conducta, señalándose al respecto las siguientes: prohibición del cohecho (Artículo 4); abstención de utilizar recursos y formalidades legales innecesarias (Artículo 5); violación al secreto profesional (Artículo 10); solicitud directa o indirecta de clientela (Artículo 13); divulgar información sobre litigios pendientes (Artículo 14); emitir consultas por medios publicitarios (Artículo 15); incitar directa o indirectamente a litigar (Artículo 16); y asegurar el éxito del asunto encomendado (Artículo 26), entre otras.

En esta primera época, al igual que en el resto del mundo, la labor regulatoria también consideró la regulación de las prácticas publicitarias de los abogados, o "*lawyer's marketing practices*"<sup>5</sup>, y en ese sentido, se definía estrictamente lo que estaba permitido al profesional en cuanto a formación de clientela, delimitándose exclusivamente a "*la publicación o el reparto de tarjetas meramente enunciativas del nombre, domicilio y especialidad*" (Artículo 13).

En 1981, con la dictación del DFL 3621, se pone término a la colegiatura obligatoria, con lo cual se produce un quiebre en la jurisdicción del Colegio de Abogados, organismo que va a terminar siendo competente exclusivamente para conocer los conflictos en que se involucren sus colegiados, correspondiendo a los

---

<sup>5</sup> LUBAN DAVID & RHODE DEBORAH L. 2004. p.728.

Tribunales le Letras en lo Civil el conocimiento de los conflictos que involucren a cualquier otro profesional. Desde entonces, con la derogación de la Ley Orgánica del Colegio de Abogados y la pérdida de su naturaleza de corporación de derecho público<sup>6</sup>, al Colegio de Abogados sólo le es posible aplicar las sanciones de amonestación y censura.

La nueva normativa, al derogar las potestades del Colegio de Abogados, restringiría la vigencia del Código de 1948 exclusivamente a los procedimientos llevados ante él, por lo que en principio no sería aplicable a los procedimientos llevados ante un tribunal ordinario. Ahora bien, a modo de evitar el vacío normativo, y fundándose en el principio de inexcusabilidad, con fecha 14 de abril de 1988, en los autos caratulados “**BERSTEIN con ALBONICO**”, la Corte de Apelaciones de Santiago se refiere a este tema argumentando que al no haber cumplido el ejecutivo con dictar las normas que reglamentaren la ética profesional dentro del plazo establecido en la normativa legal pertinente, *“debe entenderse aplicables a los conflictos que se susciten las sanciones y las normas de ética contenidos en las leyes orgánicas de los respectivos colegios profesionales, vigentes a la fecha del Decreto Ley N° 3.621, de 1981 (...), cualquiera otra interpretación llevaría a concluir que, en la actualidad, no existen normas sustantivas para resolver sobre los actos desdorosos, abusivos o contrarios a la ética, cometidos por profesionales en el ejercicio de la profesión,*

---

<sup>6</sup> CHILE. 1981. “Artículo 1°- A partir de la vigencia de esta ley, todos los Colegios Profesionales tendrán el carácter de asociaciones gremiales y pasarán a regirse por las disposiciones del decreto ley N°. 2.757, del año 1979, en lo que no se contrapongan con las disposiciones de sus respectivas leyes orgánicas en la parte en que no sean derogadas por el presente decreto ley. Lo dispuesto en el inciso anterior se entenderá sin perjuicio de lo preceptuado por el artículo 1° transitorio de este decreto ley”.

*conclusión que, a más de peligrosa sería absurda, pues dejaría a los tribunales ordinarios sin ley positiva que aplicar en una diversidad de importantes materias”<sup>7</sup>.*

Luego, la Reforma Constitucional de agosto de 2005 crea un nuevo sistema, según el cual los profesionales que no pertenezcan a un colegio profesional responderían ante Tribunales especiales, los cuales a la fecha no han sido creados.

Por su parte, el 1 de agosto de 2011 entra en vigencia el Nuevo Código de Ética Profesional, aprobado por el Consejo General del Colegio de Abogados de Chile<sup>8</sup>, el cual busca actualizar el contenido, eliminando ciertas prohibiciones que parecían irrisorias para el estado de la tecnología actual, como la prohibición de darse a conocer exclusivamente a través de una tarjeta de presentación señalada precedentemente<sup>9</sup>.

Entre los deberes del profesional que se regulan en dicho texto se encuentran: cuidar el honor y dignidad de la profesión (Artículo 1); promover el cuidado de las instituciones (Artículo 2); obrar en el mejor interés de su cliente y respetar por su autonomía (Artículo 3); asesorar y defender empeñosamente a su cliente (Artículo 4); obrar con honradez, integridad y buena fe (Artículo 5); preservar su independencia (Artículo 6); guardar estricta confidencialidad a su cliente (Artículo 7); y servir a su cliente con eficacia y empeño (Artículo 25); entre otros.

En cuanto a las prohibiciones reguladas por el Código, muchas de las cuales se conservan del antiguo Código, se encuentran las siguientes: prometer resultados que no dependan exclusivamente de su desempeño profesional, ofrecer el empleo de medios contrarios al derecho, dar a entender que posee la capacidad de influir en la

---

<sup>7</sup> CORTE DE SANTIAGO. 1988. p.11-12.

<sup>8</sup> COLEGIO DE ABOGADOS. 2011.

<sup>9</sup> COLEGIO DE ABOGADOS. 1948a. Artículo 13.



autoridad personalmente o por medio de terceros, revelar información protegida por el deber de confidencialidad, informar la identidad de sus clientes sin contar con su autorización, o valerse de comparaciones con otros abogados o estudios sobre bases indemostrables (Artículo 12); recurrir a la sollicitación para formar su clientela, o cualquier comunicación dirigida a obtener un encargo profesional si media engaño, hostigamiento o aprovechamiento abusivo de la situación o estado de vulnerabilidad de los destinatarios (Artículo 13); asegurar el buen éxito del asunto (Artículo 27); utilizar mecanismos que afecten o pongan en peligro la imparcialidad del juzgador, vulneren las garantías procesales o el respeto debido a la contraparte (Artículo 95); aconsejar o ejecutar maniobras que constituyan un fraude procesal, o abusar de la facultad de interponer recursos o incidentes judiciales (Artículo 96); y formular declaraciones respecto de un proceso pendiente que puedan afectar seriamente la imparcialidad en la conducción de la investigación o la decisión del asunto (Artículo 102), entre otras.

El Código de Ética de 2011 incluye grandes avances en cuanto a regulación, dando conceptos certeros de las conductas permitidas y prohibidas, y actualizando la legislación de modo que diga relación con los usos y costumbres actuales en el ámbito profesional.

Así, se observa en la actualidad mayor claridad respecto de lo que es considerado sollicitación, eliminando la limitación de darse a conocer exclusivamente por una tarjeta que contenga determinadas enunciaciones, prohibiéndose expresamente aquella oferta de servicios efectuada con medios abusivos respecto del estado de vulnerabilidad en que se encuentren los usuarios. También se trata en detalle los conflictos de intereses (Artículo 72 y siguientes), conflictos de funciones (Artículo 65 y siguientes), reglas relativas a cargos especiales (Artículo 117 y

siguientes), el deber de confidencialidad (Artículo 46 y siguientes) y otros deberes fiduciarios (Artículo 21 y siguientes).

En un caso de renombre<sup>10</sup>, la conducta considerada de solicitud se encuadra en la búsqueda del cliente personalmente por el abogado, quien ofreció sus servicios declarando que era el profesional más idóneo para realizar el negocio encomendado, en circunstancias que el potencial cliente ya había contratado a su asesor.

### IMAGEN 1 Solicitud y su aplicación actual

#### Cara a cara en el mundo legal

➤ **Rodrigo Ferrada vs. Ortúzar, Águila y Concha.** Así se llama el caso que tiene frente a frente a estos titanes del mundo legal ante el Colegio de Abogados. Todo partió a fines de junio cuando la Fiscalía Nacional Económica (FNE) presentó un requerimiento ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) por la concentración de mercado generada tras la compra de Hoyts por parte de Chilefilms.

A raíz de esto el abogado Rodrigo Ferrada envió un mail a uno de los gerentes de Chilefilms ofreciendo sus servicios. El gerente contestó que ya habían contratado a Ortúzar, Águila y Concha. Ferrada habría insistido, explicando su idoneidad para llevar adelante este caso. La historia dice que el gerente reenvió la misiva a Ortúzar, Águila y Concha, los que decidieron presentar los antecedentes al Tribunal de Ética del Colegio de Abogados a mediados de julio, argumentando que el código del colegio establece que un estudio no puede solicitar a un cliente ser contratado, aunque hace excepciones en caso que sea un amigo y se trate de una conversación informal.

El asunto es hoy comentario en el mundo legal. Quienes han seguido el tema, aseguran que, dentro del procedimiento que establece el código de ética, se habría intentado llegar a una conciliación, alternativa que hasta el cierre de esta edición no se daba por cerrada. En el mundo legal aseguran que Ferrada habría enviado una carta explicando el contexto de la situación (un contacto de tipo personal) y pidiendo disculpas.

El Colegio de Abogados está determinando si existió o no una infracción a fin de declarar admisible la denuncia. Una vez que esto ocurra, la investigación podría demorar hasta seis meses, si es que antes no se logra un acuerdo.



<sup>10</sup> REVISTA CAPITAL. 2012. p.22.

## **2.2. Análisis comparativo de la codificación de los deberes del profesional en Chile y otros países**

Los modelos de regulación de las conductas del abogado dentro del Mercado son variados, pero dentro de la diversidad regulatoria existen ciertas semejanzas que derivan de la influencia recíproca entre unos y otros.

### **2.2.1. Relación con los deberes de conducta del Código de ética de la ABA**

La American Bar Association, más conocida como ABA, es la asociación de Abogados más grande de Estados Unidos. Es, además, una de las asociaciones de abogados de mayor importancia en el mundo, por el número de asociados con que cuenta (cerca de 400.000), y la continua actualización de sus regulaciones y publicaciones. Su importancia la ha llevado a contar con diversas iniciativas a nivel mundial, como las iniciativas de diversidad y Estado de Derecho, entre otras, las cuales son promovidas en el mundo por sus ramas o divisiones de África, Asia y el Pacífico, Europa y Eurasia, Latinoamérica y El Caribe, y el Medio Oriente y Norte de África.

Entre su misión se encuentran cuatro objetivos: proporcionar beneficios para el crecimiento personal y profesional de sus miembros, mejorar la profesión (promoviendo entre otras cosas la conducta ética de los profesionales), eliminar la discriminación arbitraria y promover la participación igualitaria en la profesión y el acceso a la justicia,

mejorar la comprensión y respeto del Estado de Derecho, el debido procedimiento y el rol de profesional de los servicios legales. En cumplimiento de dichas tareas, la ABA se encarga de dictar modelos de estándares profesionales que sirven de base a las regulaciones de cada Estado. Es así como, sin perjuicio de la calidad de asociado de los abogados, deben sujetarse a la legislación estatal en lo que diga relación con el ejercicio ético de la profesión, y los conflictos que de ello deriven.

El Código de Ética de la ABA<sup>11</sup> posee un catálogo de terminología y conductas reguladas, entre las que es posible reconocer como deberes del abogado, las siguientes: actuar diligente (Regla 1.3); mantener a su cliente informado y consultarle sobre sus límites y los medios legítimos que posee para cumplir su cometido (Regla 1.4); guardar la confidencialidad de la información, detectar y resolver los posibles conflictos de interés (Regla 1.6); y comunicar a su cliente sobre las materias de su especialidad, siempre que pueda acreditar dicha especialización (Regla 7.4); entre otros.

En cuanto a contenido, los deberes del profesional son bastante similares, pero mientras el modelo regulatorio de la ABA se preocupa de definir claramente las conductas que califican como deberes del profesional, y aquellas que se consideran prohibidas, el Código de Ética chileno de 1948 parece ser menos sistemático. Por otro lado, el Código de Ética de 2011 contiene una regulación mucho más detallada y conceptualizada.

En cuanto a las conductas prohibidas en el ejercicio de la profesión de abogado, se encuentran las siguientes: informar falsamente o con el propósito de

---

<sup>11</sup> AMERICAN BAR ASSOCIATION. 2012.

confundir sobre los servicios que presta (Regla 7.1); en cuanto a la publicidad, se permite una gran variedad de medios para darse a conocer, y se prohíbe específicamente ofrecer regalías a cambio de recomendaciones (Regla 7.2); se prohíbe expresamente la solicitud directa de clientes, permitiendo la contratación de oficinas externas dedicadas ofrecer suscripciones a los potenciales clientes (Regla 7.3); y prohibición de actuar en nombre de un estudio al que no pertenezca (Regla 7.5); entre otros. Junto con lo anterior, señala expresamente lo que se considera mala praxis en su Regla 8.4.

La extensa regulación de la ABA respecto de la solicitud es fundamental para el cambio del paradigma de los Códigos de Ética chilenos entre lo que se consideraba prohibido en la primera época regulatoria, y lo que hoy se considera negativo. Así, la actual regulación, al igual que el nuevo Código de Ética chileno, *“posibilita al potencial cliente conocer y evaluar a la persona que ofrece el producto o servicio, y permite a ambas partes discutir y negociar la forma deseada para la transacción o relación profesional (...) para el comprador, otorga una oportunidad para explorar en detalle la forma en que se compara un producto o servicio particular con las alternativas existentes en el mercado”*<sup>12</sup>, limitando exclusivamente aquellas prácticas que puedan contener vicios que restrinjan la libre elección del potencial cliente.

---

<sup>12</sup> LUBAN DAVID & RHODE DEBORAH L. 2004. p.762. Traducción por el autor del presente trabajo. El texto original señala: *“...enables a potential buyer to meet and evaluate the person offering the product or service, and allows both parties to discuss and negotiate the desired form for the transaction or professional relation. ...For the buyer, it provides an opportunity to explore in detail the way in which a particular product or service compares to the alternatives in the market”*.

**CUADRO 1** Chile y USA

	<b>CHILE</b>	<b>USA</b>
<b>Sistema</b>	Código único que regula los estándares mínimos de conducta del profesional.	Código único que sirve de base a la regulación especial de cada Estado.
<b>Ámbito de aplicación</b>	A nivel nacional.	A sus asociados y a cada Estado según su regulación particular.
<b>Regulación de los deberes y prohibiciones</b>	El nuevo código es más explicativo.	Es claro, explicativo y continuamente actualizado.

## **2.2.2. Relación con los deberes de conducta de otros Códigos de ética latinoamericanos**

### **2.2.2.1. Código de Ética del MERCOSUR**

Entre los Códigos latinoamericanos existe una “simbiosis” que deriva de la construcción del Código del Mercosur, el cual es producto del trabajo conjunto del COADEM (Colegios y Órdenes de Abogados del MERCOSUR), y tiene plena aplicación dentro de los estados miembros; Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay.

Sin perjuicio de lo anterior, el Código del COADEM<sup>13</sup> tiene una aplicación supletoria, ya que según dispone expresamente “no deroga los Códigos o Normas de Ética vigentes en cada estado parte, las que tendrán preferente aplicación en dichos ámbitos” (Regla 2.1.3).

---

<sup>13</sup> COLEGIO Y ÓRdenes DE ABOGADOS DEL MERCOSUR (COADEM). 1997.

Atendido lo anterior, el Código del COADEM tiene un funcionamiento que se asemeja en mayor medida al Código de la ABA, pero al contrario de aquel Código, el de la ABA tiene una aplicación extendida a la mayor parte de los Estados de USA, restándose únicamente California, todos los cuales adoptan en su integridad el formato regulatorio del Código Modelo.

Los Estados miembros del COADEM, como Argentina y Brasil, tienen regulaciones propias, organizando las normas de conducta de los abogados de forma más o menos completa, y con completa vigencia respecto de todos los abogados colegiados dentro de su país. La colegiatura es obligatoria, por lo que la aplicación del Código estatal es completa, dejando en algunos casos muy poco espacio para la aplicación directa del Código del COADEM.

Entre los deberes del abogado del Código de Ética del COADEM se cuentan: actuar en la defensa de la dignidad de la persona, de los derechos humanos, el estado de derecho, y las instituciones democráticas, respetando el orden jurídico del Estado Parte en el cual actúa (Regla 3.1); actuar con independencia, honestidad, decencia, veracidad, lealtad, dignidad y buena fe. Velar por su reputación personal y profesional y estimular la conciliación entre los litigantes, evitando, siempre que sea posible, la promoción de litigios (Regla 3.2.4); obligación de guardar el secreto profesional (Regla 3.2.8); informar al cliente en forma clara y precisa los eventuales riesgos de sus pretensiones y las consecuencias de su actuación, absteniéndose de pronosticar el resultado de su gestión o el éxito de la misma (Regla 4.1).

Entre las prohibiciones se encuentra: publicidad del abogado debe ser discreta y moderada, y está prohibido pronunciarse a través de los medios de comunicación

sobre asuntos que estén bajo su patrocinio, o sobre la actuación de otros colegas (Regla 3.2.7).

#### **2.2.2.2. Código de Ética de Argentina**

El Código de Argentina<sup>14</sup>, recoge parte de las normas dictadas por el COADEM, y las adecúa a su propia legislación.

Entre los deberes que regula el Código de Argentina se encuentran: afianzar la Justicia (Artículo 6); preservar y profundizar el Estado de Derecho (Artículo 7); defender de los Derechos Humanos, entendidos como la unidad inescindible de derechos civiles y políticos, y derechos económicos, sociales y culturales (Artículo 8); los deberes fundamentales al ejercicio de la abogacía: Utilizar las reglas de derecho para la solución de todo conflicto, fundamentado en los principios de lealtad, probidad y buena fe, Atender su permanente capacitación profesional, respetar rigurosamente todo secreto profesional y oponerse ante los jueces u otra autoridad al relevamiento del secreto profesional, negándose a responder las preguntas que lo expongan a violarlo, y defender el derecho a la inviolabilidad del estudio y de los documentos que le hubiesen sido confiados, entre otros (Artículo 10).

Son prohibiciones al ejercicio de la profesión: prestar servicio a la usurpación del poder político, aceptando ingresar a cargos que impliquen funciones políticas, o a la magistratura judicial (Artículo 9); publicitar sus servicios sin la mesura y el decoro exigidos por la dignidad de la profesión o en base al monto de los honorarios a percibir, o que pueda inducir a engaño (Artículo 10); prohibición de crearle falsas expectativas,

---

<sup>14</sup> COLEGIO PÚBLICO DE ABOGADOS DE LA CAPITAL FEDERAL. 1987.



magnificar las dificultades, o garantizarle el buen resultado de su gestión profesional, disponer de los bienes o fondos de su cliente aunque sea temporalmente, rindiendo cuenta oportuna de lo que perciba, representar, patrocinar y/o asesorar, simultánea o sucesivamente, intereses opuestos, en la misma causa, anteponer su propio interés al de su cliente, solicitar o aceptar beneficios económicos de la otra parte o de su abogado (Artículo 19); efectuar desgloses o retirar expedientes, copias o actuaciones sin recibo o autorización, Valerse a sabiendas de pruebas falsas así calificadas judicialmente, constituyan o no fraude procesal, Incurrir en temeridad o malicia, así calificadas judicialmente sin que dicha calificación sea vinculante para el Tribunal de Disciplina (Artículo 22).

### **2.2.2.3. Código de Ética de Brasil**

Por otra parte, la tarea regulatoria de Brasil tiene su máxima expresión en el Código de Ética<sup>15</sup>, el cual tiene fuerza de ley, y es aplicado a lo largo del país, a todos los abogados colegiados, siendo en dicho país, obligatorio el pertenecer al Colegio.

Entre los deberes del abogado en la profesión se enumeran: proceder de forma que lo torne merecedor de respeto y que contribuya para el prestigio de la clase y de la abogacía (Artículo 31); cumplir rigurosamente los deberes consignados en el Código de Ética y Disciplina, para con la comunidad, el cliente, u otro profesional y, aún más, la publicidad, la negativa a patrocinio, el deber de asistencia jurídica, el deber general de urbanidad y los respectivos procedimientos disciplinarios (Artículo 33).

---

<sup>15</sup> BRASIL. 1994.

Constituyen infracciones disciplinarias, y por tanto prohibiciones del ejercicio de la profesión, las siguientes: ejercer la profesión, cuando impedido de hacerlo, o facilitar, por cualquier medio, su ejercicio a los no inscritos, prohibidos o impedidos, valerse de agenciador de causas, solicitar o captar procesos con o sin la intervención de terceros, abogar contra literal disposición de ley, violar el sigilo profesional, ocasionar, conscientemente, por acción propia, la anulación o la nulidad del proceso en que actúe, abandonar la causa sin justo motivo o antes de transcurridos diez días de la comunicación de la renuncia, hacer publicar en la prensa, desnecesaria y habitualmente, alegaciones forenses o relacionadas a causas pendientes, adulterar el contenido literal de dispositivo de ley, de citación doctrinaria y de juzgado, así como de declaraciones, documentos y alegaciones de la parte contraria, para confundir al adversario o eludir al juez de causa, incidir en errores reiterados que evidencien ineptitud profesional, volverse moralmente no idóneo para el ejercicio de la abogacía, entre otras (Artículo 34).

El primer comentario que es posible hacer al respecto de la aplicación del Código del COADEM en las legislaciones de los Estados parte, es que claramente su aplicación es más supletoria, en el mejor de los casos, que basal, al contrario del caso del Código de la ABA.

En cuanto a la regulación de los deberes y prohibiciones en particular, si bien suelen coincidir con el avance de los Códigos de la ABA y de Chile 2011, son mucho menos sistemáticos, y si bien en el caso del Código de Brasil, se utiliza un solo artículo para enunciar las conductas prohibidas, existe poca profundización sobre lo que se considera cada una de ellas, por lo que es menos explicativo que otras legislaciones.

**CUADRO 2** Chile y Latinoamérica

	<b>CHILE</b>	<b>MERCOSUR</b>	<b>ARGENTINA</b>	<b>BRASIL</b>
<b>Sistema</b>	Código único que regula los estándares mínimos de conducta del profesional.	Código único. Sirve de base a regulación especial de cada Estado parte.	Código único y obligatorio dictado en forma de Ley 23.287.	Código único y obligatorio dictado en forma de Ley 8906.
<b>Ámbito de aplicación</b>	A nivel nacional.	A cada Estado parte sin derogar su legislación particular. Su aplicación es supletoria.	Abogados colegiados de todo el país. La colegiatura es obligatoria.	Abogados de la Orden de Abogados de Brasil (OAB). La colegiatura es obligatoria.
<b>Regulación de los deberes y prohibiciones</b>	El nuevo código es más explicativo que el de 1948.	Es bastante explicativo y moderno.	Es bastante explicativo y contiene normas explícitas respecto de los que se considera prohibido.	Es sistemático pero poco explicativo en relación con los demás.

### **CAPÍTULO 3: APROXIMACIÓN A LA VALORACIÓN DE LOS ABOGADOS RESPECTO DE LOS POTENCIALES CLIENTES DEL MERCADO DE LOS SERVICIOS LEGALES.**

Con el objetivo de obtener bases empíricas que respalden nuestra observación inicial acerca del desconocimiento del público, respecto a la profesión del abogado, tanto respecto a sus deberes, prohibiciones y derechos, se presentó el dilema sobre qué mecanismo de investigación resultaría más comprensivo para exponer el problema en estudio.

Es así, como considerando la amplitud del problema planteado, y la necesidad de extrapolar sus resultados a la población chilena, se optó por utilizar el método de la encuesta.

#### **3.1. Metodología empleada**

El proceso de diseño de la encuesta se enfocó en delimitar:

- a)** Cobertura,
- b)** Construcción, y
- c)** Estimación del tiempo dentro del cual se realizaría.

##### **a) Cobertura**

La cobertura de la “Encuesta a posible clientes del Mercado de los Servicios Legales” se esquematiza en el siguiente cuadro:

**CUADRO 3** Diseño de cobertura de la Encuesta

<b>Lugar</b>	<b>Santiago de Chile</b>	
<b>Población a extrapolar</b>	6.061.185 habitantes aproximadamente <sup>16</sup>	
<b>Nivel de confianza</b>	7,6%	
<b>Margen de error</b>	5%	
<b>Distribución de la muestra</b>		
<b>ABC1</b>	<b>10%</b>	<b>16 personas</b>
<b>C2</b>	<b>20%</b>	<b>33 personas</b>
<b>C3</b>	<b>25%</b>	<b>42 personas</b>
<b>D</b>	<b>35%</b>	<b>58 personas</b>
<b>E</b>	<b>10%</b>	<b>16 personas</b>
<b>MUESTRA total</b>		<b>165 personas</b>
<b>Total de encuestados</b>		<b>294 personas</b>

<sup>16</sup> INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS. 2005. p.271.

El nivel de confianza es el riesgo que aceptamos de equivocarnos al presentar los resultados. Dice relación con que en otras muestras semejantes los resultados sean los mismos o muy parecidos. En el caso de la encuesta aplicada, el nivel de confianza es de ,076 (7,6%), lo que significa que la probabilidad de que los resultados de una encuesta similar sean los mismos que los recopilados en esta oportunidad es de 7,6%.

Por su parte, el margen de error representa los márgenes entre los cuales se mueve cada resultado obtenido del total de los encuestados en relación al total de la población. En otras palabras, si el 15% de la población encuestada señala estar de acuerdo con una afirmación, el margen de error en relación con el total de la población a extrapolar puede dar como resultado que entre el 13% y el 17% de la población estaría de acuerdo con dicha afirmación. En la encuesta realizada para los efectos de la presente memoria, el margen de error a considerar es de un 5%.

Según la información recopilada por diversos organismos especializados<sup>17</sup>, la población en la **ciudad de Santiago** al año 2008, atendido a su nivel de ingresos, se compone de la siguiente forma:

El 10% de la población corresponde a la categoría ABC1, entre los que se encuentran un 1% de población AB, y un 9% de población C1. El subsector ABC1 es un sector acomodado, que habita principalmente en las comunas de Las Condes, Vitacura, Providencia, La Reina y Lo Barnechea, con gran acceso a las comodidades de la vida moderna, altos ingresos y altos índices de escolaridad.

---

<sup>17</sup> ASOCIACIÓN CHILENA DE EMPRESAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO. 2008.

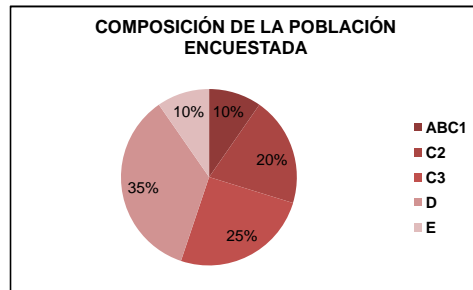
El 20% de la población corresponde a la categoría denominada C2, la cual se compone por un sector con niveles altos de escolaridad, pero cuyos ingresos no alcanzan a ubicarlos dentro del subsector ABC1, en especial en consideración al bien económico “servicio doméstico”.

La categoría C3 corresponde a un 25% de la población del gran Santiago, y comparte caracteres con el sector C2 de la población, observándose una disminución en el nivel de escolaridad de los habitantes, que los relaciona en igual medida con el sector D de la población. Sus ocupaciones los distinguen en gran medida con el sector C2 de la población.

El 35% de los habitantes de la ciudad pueden ser clasificados dentro de la categoría D. esta categoría se identifica por ser la amplia mayoría en el gran Santiago, y corresponde a un sector de la población que habita sectores populares, con un nivel de escolaridad bajo, y un nivel de ingresos que alcanza para cubrir sus necesidades básicas. Se desempeñan, por lo general, en actividades correspondientes a oficios menores o servicios domésticos.

Por último, el 10% restante corresponde a la denominada categoría E. Esta categoría se identifica con habitantes cuya situación económica es de extrema pobreza, y con niveles muy bajos de escolaridad, por lo que suelen desempeñarse en trabajos ocasionales.

**GRÁFICO 1** Composición de la población encuestada.



La clasificación de los encuestados en las diversas categorías fue efectuada a través del mecanismo señalado en el cuadro N°5, el cual es resultado de la aplicación del mecanismo de ESOMAR, denominado “Matriz de Clasificación Socioeconómica”<sup>18</sup> a los datos recopilados.

El mecanismo de ESOMAR relaciona el nivel educacional del jefe de hogar (pregunta N° 5 de la encuesta) con la ocupación de la persona que aporta el principal ingreso del hogar (pregunta N°6 de la encuesta), realizando conjunciones que clasifican a cada encuestado en un sector socioeconómico de la sociedad.

Un ejemplo de lo anterior, observable más adelante en el cuadro N°4, es que cuando el nivel educacional del jefe de hogar alcanza el post grado (alternativa a), y la

---

<sup>18</sup> ADIMARK. 2000. p.6.



ocupación de la persona que aporta el principal ingreso de su hogar es de alto ejecutivo de una empresa grande (alternativa f), el encuestado puede ser clasificado dentro del sector AB de la sociedad.

**CUADRO 4** Matriz de Clasificación Socioeconómica

RELACIÓN ENTRE LAS PREGUNTAS Nº 5 Y Nº 6						
5v/6>	A	B	C	D	E	F
G	E	E	D	C3	C3(b)	C2(a)
F	E	D	D	C3	C3	C2
E	D	D	D	C3	C2	C2
D	D	D	C3	C3	C2	C1
C	C3	C3	C2	C2	C2	C1
B	C3	C3	C2	C2	C1	AB
A	C3	C3	C2	C1	AB	AB

La Encuesta aplicada se adjunta en la siguiente página.

**Encuesta a posibles clientes del Mercado de los Servicios Legales**

**Pregunta de viabilidad:** Si posee conocimientos formales en Derecho no será necesario que continúe contestando la encuesta

1. **¿Posee conocimientos formales sobre derecho? Estudios técnicos o profesionales en el área.**
  - a. Posee
  - b. No posee

## Identificación del encuestado

**2. ¿Dentro de qué rango se encuentra su edad?**

- a. 18 – 24
- b. 25 – 34
- c. 35 – 44
- d. 45 – 54
- e. 55 y más

**3. ¿Cuál es su sexo?**

- a. Femenino
- b. Masculino

**4. ¿Cuáles de los siguientes bienes tiene en su hogar? Marque todos los que tenga.**

- a. Refrigerador
- b. Lavadora automática
- c. Reproductor de DVD o Blu-ray
- d. Horno Microonda
- e. Computador
- f. Automóvil de uso particular
- g. TV cable o satelital
- h. Conexión a Internet
- i. Cámara Digital
- j. Servicio Doméstico a tiempo completo

**5. ¿Cuál es el nivel educacional del jefe de hogar?**

- a. Post grado
- b. Universitaria Completa
- c. Técnica Completa / Universitaria incompleta
- d. Técnica Incompleta
- e. Media Completa
- f. Media incompleta
- g. Básica Completa
- h. Básica Incompleta

i. Sin Estudios

**6. ¿Cuál es la ocupación de la persona que aporta el principal ingreso de su hogar?**

- a. Trabajos menores ocasionales e informales (lavado, aseo, servicio doméstico ocasional, “pololos”, cuidador de autos).
- b. Oficio menor, obrero no calificado, jornalero, servicio doméstico con contrato.
- c. Obrero calificado, capataz, junior, micro empresario (kiosco, taxi, comercio menor, ambulante).
- d. Empleado administrativo medio y bajo, vendedor, secretaria, jefe de sección. Técnico especializado. Profesional independiente de carreras técnicas (contador, analista de sistemas, diseñador, músico). Profesor Primario o Secundario
- e. Ejecutivo medio (gerente, sub-gerente), gerente general de empresa media o pequeña. Profesional independiente de carreras tradicionales (abogado, médico, arquitecto, ingeniero, agrónomo).
- f. Alto ejecutivo (gerente general) de empresa grande. Directores de grandes empresas. Empresarios propietarios de empresas medianas y grandes. Profesionales independientes de gran prestigio.
- g. Otra, ¿cuál? \_\_\_\_\_

### **Sobre el mercado de los servicios legales**

**7. ¿Sabe usted qué es un abogado?**

- a. Sí
- b. No

**8. ¿Puede explicar qué es un abogado?**

---

**9. ¿Qué opinión tiene sobre los abogados?**

- a. Positiva
- b. Negativa
- c. Otra, ¿cuál? \_\_\_\_\_

**10. ¿Ha tenido alguna experiencia con algún abogado?**

- a. Sí
- b. No

**11. ¿De qué naturaleza fueron los servicios prestados?**

- a. Servicios remunerados (contrató sus servicios)
- b. Servicios no remunerados (asesoría gratuita)
- c. No aplica (no ha recibido servicios de abogados)
- d. Otra \_\_\_\_\_

**12. ¿Cómo fue su experiencia?**

- a. Buena, los servicios prestados fueron adecuados
- b. Mala, los servicios prestados no fueron adecuados
- c. No aplica (no ha recibido servicios de abogados)
- d. Otra, ¿cuál? \_\_\_\_\_

**13. ¿Cómo llegó a contactarse con dicho abogado?**

- a. Publicidad
- b. Recomendación de un familiar o amigo
- c. Directamente (es su conocido, familiar o amigo)
- d. Directamente (el abogado me ofreció sus servicios)
- e. No aplica (no ha recibido servicios de abogados)

**14. ¿Conocía la especialidad de su abogado antes de contratarlo?**

- a. Sí
- b. No
- c. No aplica (no ha recibido servicios de abogados)

**15. ¿Conoce las especialidades existentes en la actualidad?**

- a. Sí
- b. No

**16. ¿Qué especialidades conoce? \_\_\_\_\_**

---

**17. ¿Qué abogado es representativo del gremio para usted? \_\_\_\_\_**

---

**18. ¿Cuál o cuáles de los siguientes cree que son deberes del abogado para con sus clientes?(marque todas las que crea)**

- a. Asegurarle el éxito del asunto encomendado
- b. Utilizar todos los medios necesarios (incluso ilegítimos) para lograr el éxito del asunto encomendado
- c. Prometer resultados que dependan exclusivamente de su desempeño profesional
- d. Ninguno de los anteriores

**19. ¿Cuál o cuáles de las siguientes considera que son prácticas comunes de los abogados? (marque todas las que crea)**

- a. Emplear medios contrarios a derecho para lograr el éxito del asunto encomendado
- b. Influir en la autoridad para lograr sus objetivos
- c. Revelar información confidencial
- d. Ofrecer la contratación de sus servicios a través de engaño, hostigamiento o aprovechándose del estado de vulnerabilidad.
- e. Ninguna de las anteriores.

**20. ¿Cuál o cuáles de los anteriores considera Ud. comportamiento prohibido? (marque todas las que crea)**

- a. Emplear medios contrarios a derecho para lograr el éxito del asunto encomendado
- b. Influir en la autoridad para lograr sus objetivos
- c. Revelar información confidencial
- d. Ofrecer la contratación de sus servicios a través de engaño, hostigamiento o aprovechándose del estado de vulnerabilidad.
- e. Ninguno de los anteriores.

## **b) Construcción de la encuesta**

La encuesta fue estructurada sobre la base de tres segmentos.

**1°. Viabilidad:** El primer segmento se refiere a la viabilidad de aplicación de la encuesta, esto es, la pregunta que determinaba la inclusión en los registros de los encuestados, en cuanto a su calidad de potencial cliente, persona natural, del mercado de los servicios legales. Este segmento se encuentra ubicado en la pregunta N° 1 de la encuesta precedente.

**2°. Individualización:** El segundo segmento dice relación con la individualización del encuestado, y especialmente con la categoría en cuanto a subsector económico a que pertenece, a fin de esquematizar de una manera homogénea los datos recopilados. Las preguntas a que corresponde este segmento son aquellas ubicadas desde la N° 2 a la N° 6.

**3°. Preguntas de fondo:** El tercer segmento de la encuesta dice relación con las preguntas de fondo que abordan el cuestionamiento inicial respecto a las opiniones y perspectivas del potencial cliente del mercado de los servicios legales, respecto del profesional que le servirá como asesor. Las preguntas correspondientes a este segmento se encuentran ubicadas en los N° 7 a N° 20 de la encuesta, y sus resultados pueden observarse en el siguiente subcapítulo, denominado “Resultados”.

## **c) Estimación del tiempo de aplicación de la encuesta**

La encuesta sería aplicada dentro del plazo de seis meses, en el año 2013.

### 3.2. Resultados

La encuesta fue aplicada entre los meses de enero y julio de 2013, a una muestra tomada al azar, que incluía los percentiles indicados en el cuadro N° 3, sobre diseño de cobertura de la Encuesta, y se obtuvieron los siguientes resultados:

#### 3.2.1. Pregunta N°7: “¿Sabe usted qué es un abogado?”

A la pregunta 7, sobre el conocimiento de la población de “lo que es un abogado”, el 81% de los encuestados contestó “Sí”, mientras que el 19% restante contestó que “No”, como se muestra en el gráfico N° 2.

**GRÁFICO 2** Pregunta N° 7, en relación al total de la población encuestada.



### **Análisis por nivel socioeconómico**

Según el nivel socioeconómico de los encuestados, los resultados difieren, como muestra el gráfico N°3, en los términos siguientes:

En el subsector ABC1, el 100% de la población encuestada contesta afirmativamente.

En el subsector C2, el 91% de la población señala que sabe lo que es un abogado, mientras que el 9% responde que no sabe.

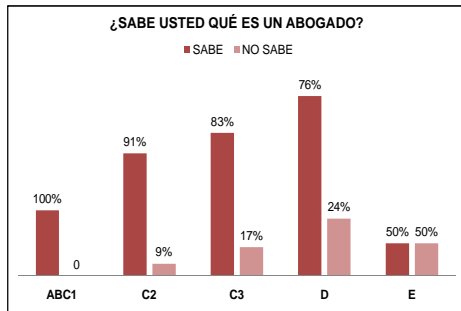
Respecto del subsector C3, contesta positivamente a la pregunta el 83% de la población encuestada, siendo el porcentaje de quienes contestan negativamente, cercano al 17%.

En el subsector D, el 76% de los encuestados responde "Sí" a la pregunta en comento, mientras que el 24% del mismo subsector desconoce lo que es un abogado.

Por último, cuando se plantea la misma pregunta al subsector E de la población encuestada, la proporción entre quienes saben lo que es un abogado, y quienes lo desconocen alcanza un equilibrio, tratándose en los dos casos del 50% de la población, según muestra el gráfico que sigue.



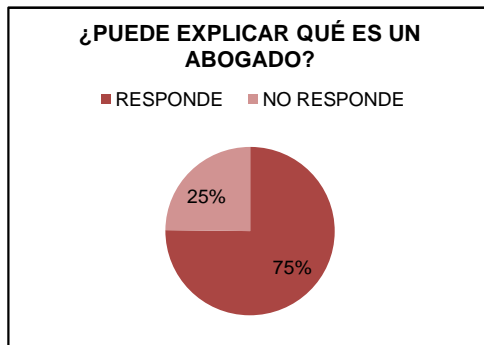
**GRÁFICO 3** *Pregunta N° 7*, proporciones según subsector de la población.



### 3.2.2. Pregunta N°8: “¿Puede explicar qué es un abogado?”

A la pregunta 8, que se refiere a la posibilidad de que los encuestados puedan explicar qué es un abogado, el 75% de la población encuestada contestó dando una definición, mientras que el 25% restante no contestó a la pregunta, como se muestra en el gráfico N°4.

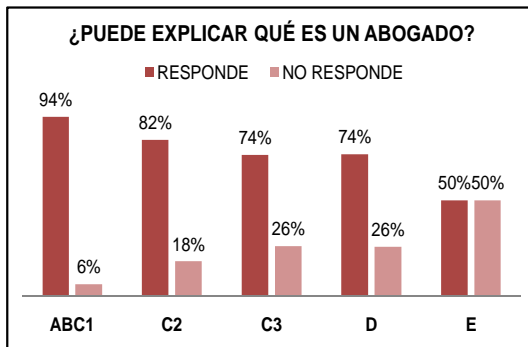
**GRÁFICO 4** *Pregunta N° 8*, en relación al total de los encuestados.



#### **Análisis por nivel socioeconómico**

Según el nivel socioeconómico de los encuestados, los resultados como muestra el gráfico N°5, son los siguientes:

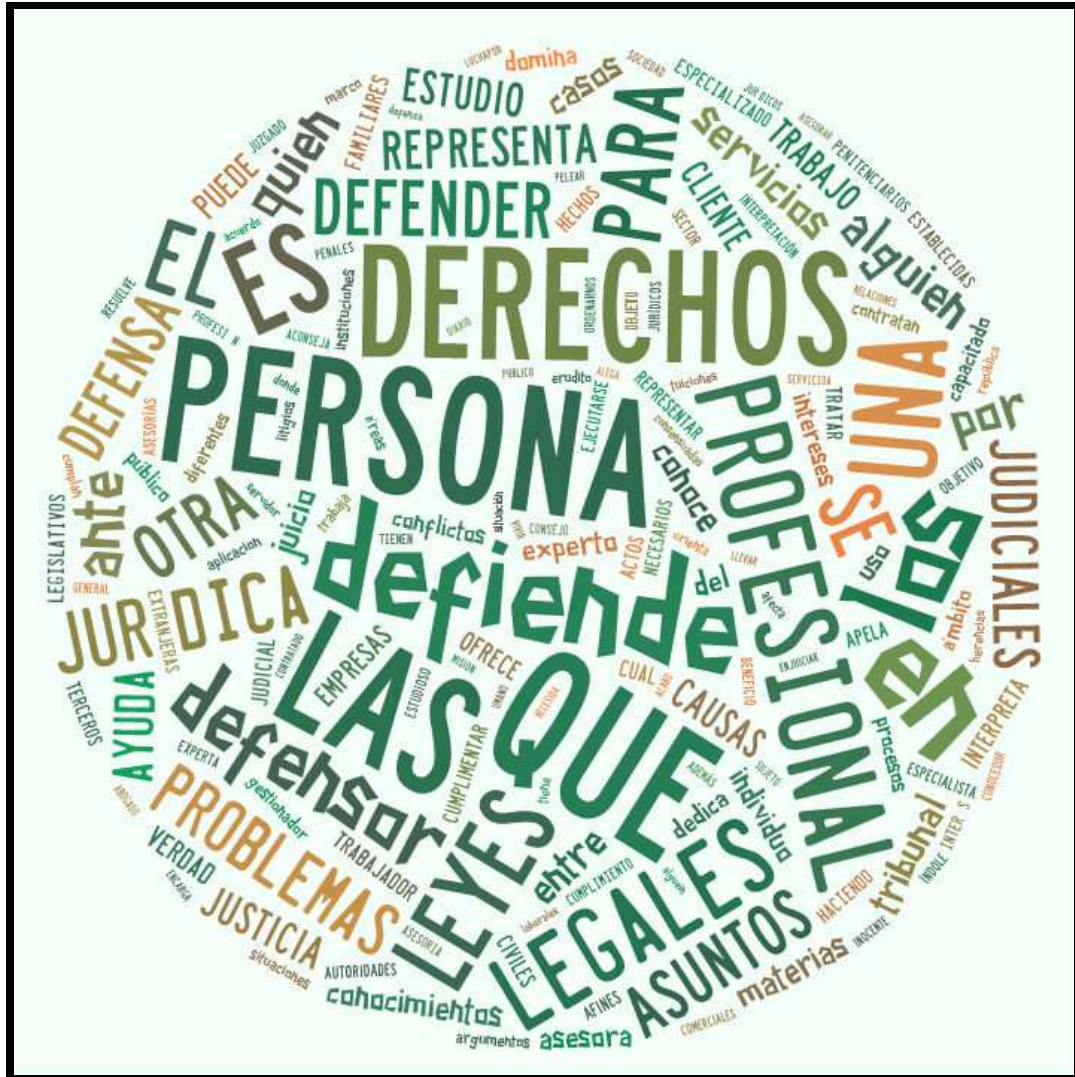
**GRÁFICO 5** *Pregunta N° 8*, proporciones según subsector de los encuestados.



La respuesta a la pregunta 8, puede ser esquematizada en las palabras más utilizadas por los encuestados a la hora de elaborar una definición de abogado. En dichos términos, las palabras que más se repiten son: persona, que, defiende, derechos, profesional, asuntos, leyes y legales.

Una definición recurrente, utilizando dichas palabras sería “es la persona que defiende los derechos de otra, profesionalmente”.

ESQUEMA 1 Pregunta N°8, palabras más utilizadas en la población encuestada



En el subsector ABC1, el 94% de la población encuestada contesta construyendo una definición, mientras que el 6% restante no contesta.

Entre las palabras más utilizadas por éste subsector se encuentran: leyes, persona, profesional, derechos, quien, defiende.

**ESQUEMA 2** Pregunta N°8, subsector ABC1.



En el subsector C2, el 82% de la población señala lo que considera que es un abogado, mientras que el 18% no responde.

Entre las palabras más utilizadas por éste subsector se encuentran: profesional, persona, que, leyes, jurídicas, legales.





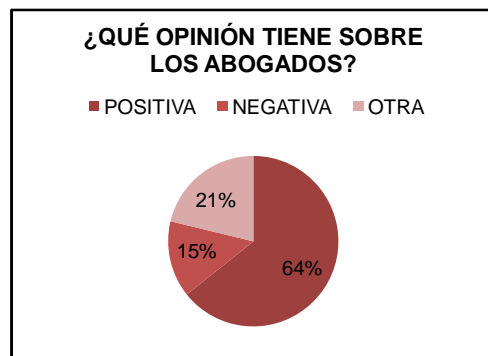




### 3.2.3. Pregunta N°9: “¿Qué opinión tiene sobre los abogados?”

A la pregunta 9, sobre la opinión que posee la población sobre los abogados, el 64% de la población encuestada señaló tener una opinión positiva respecto de los profesionales, el 15% declaró una opinión negativa, y el 21% tuvo otra opinión, que tendía a buscar una solución intermedia o que no generalizara. Lo anterior es observable en el gráfico N°6.

**GRÁFICO 6** Pregunta N° 9, en relación al total de la población encuestada.



### **Análisis por nivel socioeconómico**

Según el nivel socioeconómico de los encuestados, los resultados mostrados en el gráfico N°7, son los siguientes:

En el subsector ABC1, el 50% de la población encuestada señala que tiene una opinión positiva, mientras que el 19% declara tener una opinión negativa, y el 31% restante tiene otra opinión.

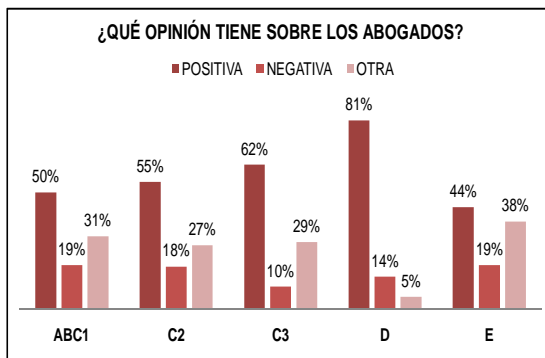
En el subsector C2, el 55% de la población señala que tiene una opinión positiva respecto de los abogados, el 18% tiene una negativa opinión sobre los mismos, y el 27% del subsector tiene otra opinión.

Respecto del subsector C3, de los encuestados, el 62% posee una opinión positiva respecto de los abogados, el 10% tiene una opinión negativa, y el 29% señala que tiene otra opinión.

En el subsector D, el 81% de los encuestados declara poseer una opinión positiva respecto de los abogados, el 14% tiene una opinión negativa, y el 5% restante tiene otra opinión.

Por último, cuando se plantea la misma pregunta al subsector E de la población encuestada, el 44% de los encuestados señalan que poseen una opinión positiva, el 19% tiene una opinión negativa, y el 38% tiene otra opinión respecto de los abogados.

**GRÁFICO 7** *Pregunta N°9*, proporciones según subsector de la población.



La respuesta “otra” a la pregunta 9 que dan algunos encuestados, puede ser esquematizada en las palabras más utilizadas por éstos a la hora de elaborar la opinión que tienen respecto de los profesionales. En dichos términos, las palabras que más se repiten son: depende, ninguna, defienden, porque, abogados, algunos.

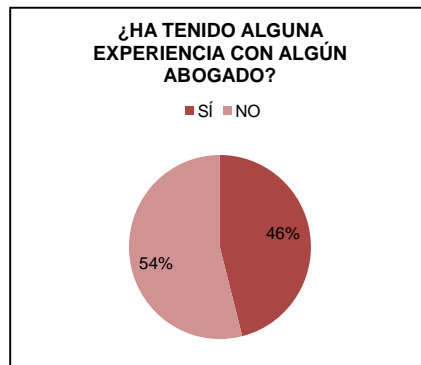
Una actitud frente al gremio recurrente, utilizando dichas palabras sería “depende del abogado”, o “depende de lo que defienden los abogados”.



### 3.2.4. Pregunta N°10: “¿Ha tenido alguna experiencia con algún abogado?”

A la pregunta 10 sobre si los encuestados han tenido alguna experiencia con algún abogado (en cuanto a la prestación de servicios legales), el 46% de la población encuestada contestó señalando que sí, mientras que el 54% restante señaló que no la ha tenido, como se muestra en el gráfico N°8.

**GRÁFICO 8** Pregunta N° 10, en relación al total de la población encuestada.



### **Análisis por nivel socioeconómico**

Según el nivel socioeconómico de los encuestados, los resultados de que da cuenta el gráfico N°9, son los siguientes:

En el subsector ABC1, el 75% de los encuestados ha recibido servicios legales, mientras que el 25% no.

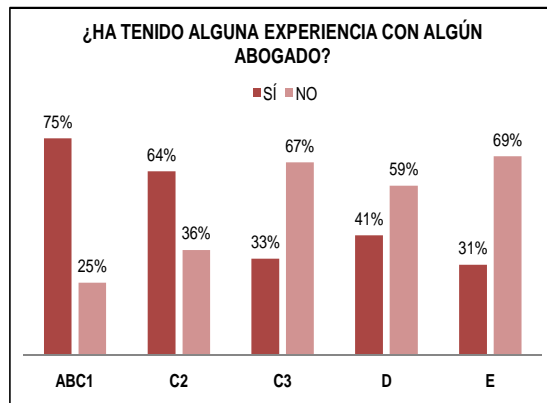
En el subsector C2, el 64% de la población señala haber tenido experiencia con algún abogado, y el 36% restante no ha recibido nunca servicios legales.

Respecto del subsector C3 de la población, el porcentaje de usuarios de los servicios legales que han llegado a ser clientes es de un 33%, mientras que el 67% restante continúa siendo un potencial cliente.

En el subsector D de la población encuestada, el 41% de los encuestados ha recibido servicios, mientras que el 59% aún no ha formado parte de una relación cliente-abogado.

Por último, cuando se plantea la misma pregunta al subsector E de la población encuestada, el porcentaje de usuarios de servicios legales alcanza el 31% de los encuestados, mientras que el 69% restante no ha recibido dichos servicios.

**GRÁFICO 9** *Pregunta N° 10*, proporciones según subsector de la población.



### **Análisis por edad**

Según la edad de los encuestados, los resultados de que da cuenta el gráfico N°10, son los siguientes:

En el subsector que cubre desde los 18 a los 24 años, el 17% de los encuestados ha recibido servicios legales, mientras que el 83% restante no.

En el subsector que cubre desde los 25 a los 34 años, el 47% de la población señala haber tenido experiencia con algún abogado, y el 53% restante no ha recibido nunca servicios legales.

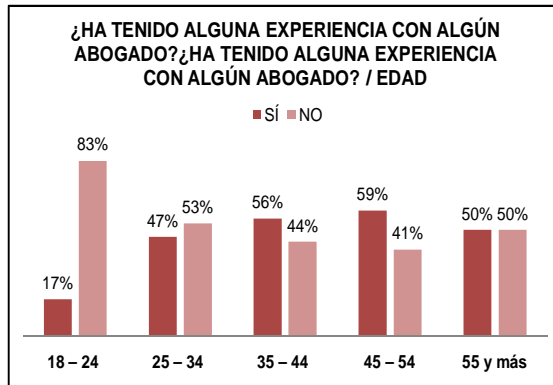
Respecto del subsector que cubre desde los 35 a los 44 años, el porcentaje de usuarios de los servicios legales que han llegado a ser clientes es de un 56%, mientras que el 44% restante continúa siendo un potencial cliente.

En el subsector de la población encuestada que cubre desde los 45 a los 54 años, el 59% de los encuestados ha recibido servicios, mientras que el 41% aún no ha formado parte de una relación cliente-abogado.

Por último, cuando se plantea la misma pregunta al subsector de los encuestados que cubre desde los 55 años o más, el porcentaje de usuarios de servicios legales alcanza el 50% de los encuestados, mientras que el 50% restante no ha recibido dichos servicios.



**GRÁFICO 10** *Pregunta N° 10, proporciones según edad de los encuestados.*



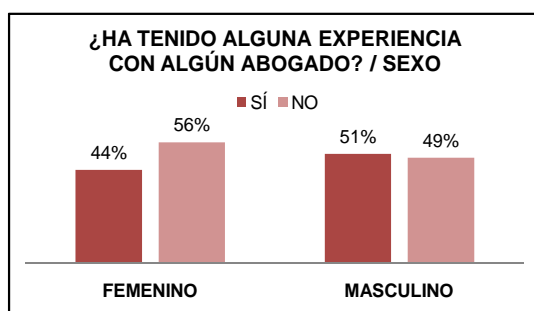
### **Análisis por sexo**

Según el sexo de los encuestados, los resultados de que da cuenta el gráfico N°11, son los siguientes:

En el subsector de los encuestados de sexo femenino, el 44% de los encuestados ha recibido servicios legales, mientras que el 56% restante no.

En el subsector de los encuestados de sexo masculino, el 51% de la población señala haber tenido experiencia con algún abogado, y el 49% restante no ha recibido nunca servicios legales.

**GRÁFICO 11** *Pregunta N° 10*, proporciones según sexo de los encuestados



### 3.2.5. Pregunta N°11: “¿De qué naturaleza fueron los servicios prestados?”

La pregunta 11 sobre la naturaleza de los servicios prestados por un abogado al encuestado, el 27% señala haber recibido servicios remunerados, el 20% servicios no remunerados (asesorías gratuitas), y el 53% contesta no aplica, ya que no ha recibido servicio alguno. Todo lo anterior se plasma en el gráfico N°12.

**GRÁFICO 12** *Pregunta N° 11*, en relación al total de la población encuestada.



### **Análisis por nivel socioeconómico**

Según el nivel socioeconómico de los encuestados, los resultados de que da cuenta el gráfico N°13, son los siguientes:

En el subsector ABC1, el 44% de los servicios recibidos ha sido de carácter remunerado, en contra de un 31% no remunerado o gratuito, y el 25% de la población restante no ha recibido servicios legales.

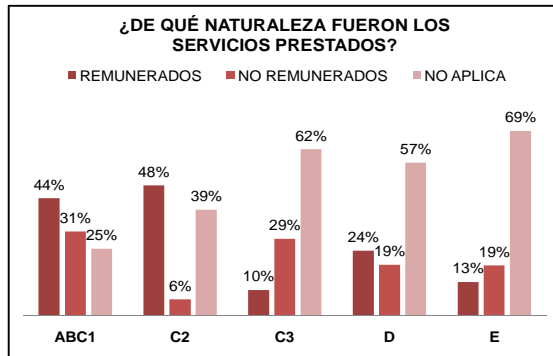
En el subsector C2, el porcentaje de servicios remunerados recibidos alcanza al 48%, descendiendo a un 6% el porcentaje de servicios gratuitos, y a un 39% de encuestados que contestan “no aplica”.

Respecto del subsector C3 de la población, el 10% declara haber recibido servicios remunerados, mientras el porcentaje de usuarios que ha recibido servicios gratuitos alcanza el 29%, y el 62% restante no habría recibido servicios de naturaleza alguna.

En el subsector D de la población encuestada, el 24% ha recibido servicios remunerados, el 19% no remunerados, y el porcentaje de usuarios que no habría recibido servicios legales alcanza el 57%.

Por último, cuando se plantea la misma pregunta al subsector E de la población encuestada, el porcentaje de usuarios que ha recibido servicios a cambio de una remuneración alcanza el 13%, seguido de un porcentaje mayor de servicios gratuitos, que asciende al 19%, y un 69% que declara no haber recibido servicio alguno.

**GRÁFICO 13** *Pregunta N° 11*, proporciones según subsector de la población.

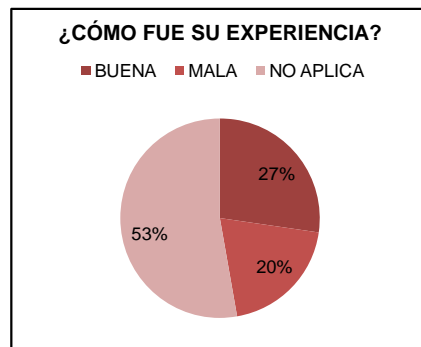


### 3.2.6. Pregunta N°12: “¿Cómo fue su experiencia?”

A la pregunta 12 sobre cómo fue la experiencia con el abogado del cual recibió los servicios legales, el 27% de la población encuestada contestó que la experiencia fue buena, esto es, los servicios prestados fueron adecuados, mientras que el 20% señaló que los servicios prestados no fueron adecuados, por lo que tuvieron una mala experiencia. El 53% restante declara no haber recibido servicios legales.

Los resultados pueden ser observados en el gráfico N°14.

**GRÁFICO 14** *Pregunta N° 12*, en relación al total de la población encuestada.



### **Análisis por nivel socioeconómico**

Según el nivel socioeconómico de los encuestados, los resultados de que da cuenta el gráfico N°15, son los siguientes:

En el subsector ABC1, el 56% de la población encuestada señala que los servicios recibidos fueron adecuados, por lo que su experiencia fue buena, mientras que el 19% señala que los servicios no fueron adecuados, por lo que su experiencia fue mala. El 25% restante declara no haber recibido servicios legales.

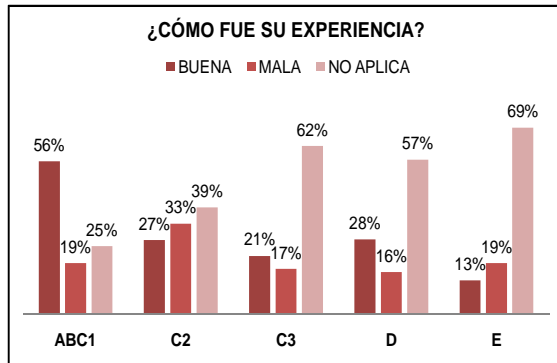
En el subsector C2, el 27% de los encuestados señala que tuvo una buena experiencia, mientras que el 33% de los mismos declara haber recibido servicios no adecuados, y por tanto, haber tenido una mala experiencia. El 39% restante no habría recibido servicios o asesoría jurídica.

Respecto del subsector C3 de la población, el 21% de los encuestados declara haber recibido un servicio adecuado, el 17% un servicio inadecuado, que derivó en una mala experiencia, y el 62% restante, no habría recibido servicio alguno.

En el subsector D de la población encuestada, el 28% habría recibido una asesoría adecuada, por lo que considera que su experiencia fue buena, el 16% una asesoría inadecuada, con una mala experiencia, y el 57% no habría recibido asesoría alguna.

Por último, cuando se plantea la misma pregunta al subsector E de la población encuestada, el 13% de los encuestados tendrían una buena experiencia, el 19% una experiencia inadecuada o mala, y el 69% señala no haber recibido servicio alguno.

**GRÁFICO 15** *Pregunta N° 12*, proporciones según subsector de la población.

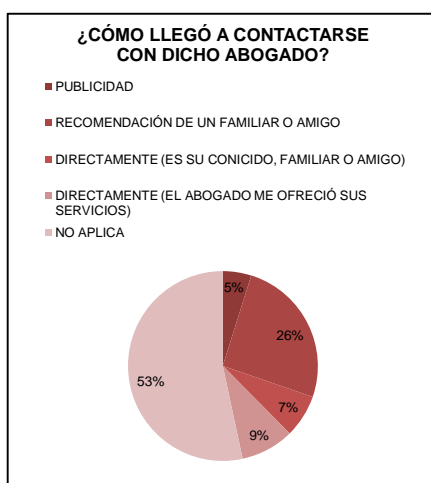


### 3.2.7. Pregunta N°13: “¿Cómo llegó a contactarse con dicho abogado?”

La pregunta 13 sobre la forma en que llegó a contactarse con el abogado que le prestó servicios, el 5% de los encuestados señala que se contactó con su abogado por publicidad, el 26% por recomendación de un familiar o amigo, el 7% tuvo contacto directo con su abogado, en relación de la cercanía o familiaridad existente entre ellos, y el 9% recibió una oferta directa de servicios del abogado que lo asesoró. El 53% restante no ha recibido asesoría alguna. Todo lo anterior se plasma en el gráfico N°16, a continuación.



**GRÁFICO 16** *Pregunta N° 13*, en relación al total de la población encuestada.



### **Análisis por nivel socioeconómico**

Según el nivel socioeconómico de los encuestados, los resultados de que da cuenta el gráfico N°17, son los siguientes:

En el subsector ABC1, el 6% de los encuestados encontró a su abogado a través de publicidad, al 38% le fue recomendado por un familiar o amigo, el 31% se

contactó directamente con el abogado, por su relación de familiaridad o amistad, el 0% fue contactado directamente por el abogado, quien le ofreció personalmente sus servicios, y el 25% restante no ha recibido servicios de abogado alguno.

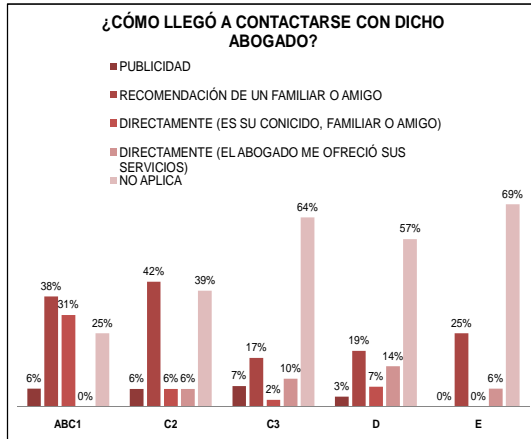
En el subsector C2, el 6% de los encuestados señala haber conocido a su abogado a través de publicidad, el 42% por recomendación de un familiar o amigo, el 6% directamente del abogado en su calidad de amigo o familiar, el 6% por el abogado, quien se acercó a ofrecer sus servicios, y el 39% restante no ha recibido servicios.

Respecto del subsector C3 de la población, el 7% de la población encuestada señala que supo de la existencia de su abogado a través de la publicidad, el 17% por recomendación de un cercano, el 2% por contacto directo con el abogado con quien mantiene una relación de cercanía, el 10% por ofrecimiento directo del abogado, y el 64% restante no ha recibido a la fecha servicios legales.

En el subsector D de la población encuestada, el 3% de los usuarios señala haber contactado a su abogado por el medio publicidad, el 19% por recomendación de un familiar o amigo, el 7% directamente en virtud de la relación que mantenía con dicho abogado, el 14% directamente en razón de la oferta del profesional, y el 57% no habría recibido servicios.

Por último, cuando se plantea la misma pregunta al subsector E de la población encuestada, el 0% ha conocido a su asesor por la publicidad, el 25% por recomendación de un cercano, el 0% por el contacto cercano con un profesional del gremio, el 6% por ofrecimiento del abogado, y el 69% no ha recibido dichos servicios a la fecha.

**GRÁFICO 17** *Pregunta N° 13*, proporciones según subsector de la población.



**3.2.8. Pregunta N°14: “¿Conocía la especialidad de su abogado antes de contratarlo?”**

A la pregunta 14 sobre si conocían la especialidad de su abogado antes de contratarlo, el 23% de los encuestados afirma haberlo conocido, mientras el 25% restante señala que no conocía la especialidad de su asesor previo a la contratación de

sus servicios. El 52% de los mismos encuestado no ha recibido servicios legales a la fecha.

Los resultados pueden ser observados en el gráfico N°18.

**GRÁFICO 18** *Pregunta N° 14*, en relación al total de la población encuestada.



### **Análisis por nivel socioeconómico**

Según el nivel socioeconómico de los encuestados, los resultados de que da cuenta el gráfico N°19, son los siguientes:

En el subsector ABC1, el 63% de los encuestados conocía la especialidad de su abogado previo a su contratación, el 19% no la conocía, y el 19% restante no habría recibido servicios de dicha índole.

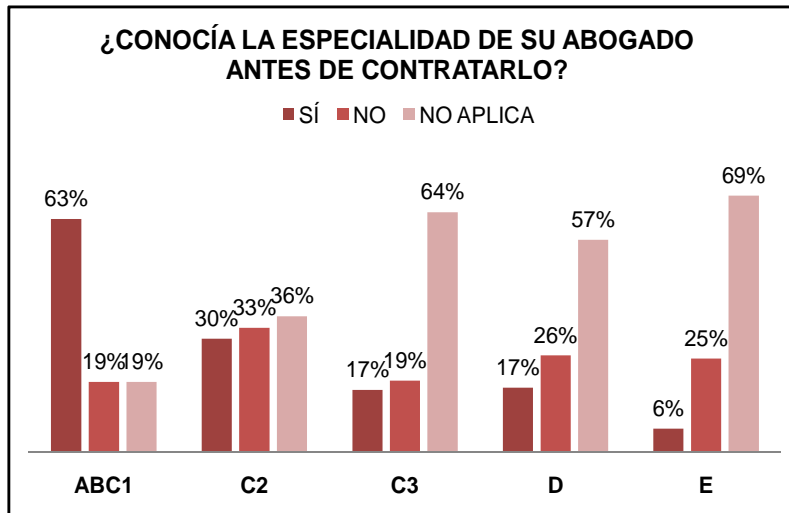
En el subsector C2, el 30% sabía la especialidad de su abogado, el 33% no la conocía previo a su contratación, y el 36% no habría recibido dichos servicios.

Respecto del subsector C3 de la población, el 17% señala haber tenido conocimiento de la especialidad del profesional que lo asesoró previamente a su contratación, el 19% no lo sabía con anterioridad, y el 64% no ha recibido servicios que hagan necesario conocer las especialidades con anterioridad.

En el subsector D de la población encuestada, el 17% tenía pleno conocimiento de la especialidad de su abogado, el 26% no sabía de su especialidad, y el 57% restante no habría recibido servicios de dicha índole.

Por último, cuando se plantea la misma pregunta al subsector E de la población encuestada, el porcentaje de quienes conocía la especialidad de su asesor con anterioridad a la prestación de sus servicios alcanza un 6%, el porcentaje de quienes no la conocían alcanza el 25%, y el 69% restante no habría recibido servicios a la fecha de la encuesta.

**GRÁFICO 19** *Pregunta N° 14*, proporciones según subsector de la población.



### 3.2.9. Pregunta N°15: “¿Conoce las especialidades existentes en la actualidad?”

En la pregunta 15 se cuestiona a la población sobre si conocen las especialidades existentes en la actualidad, y los resultados respecto del total de la población encuestada se dividen entre el 28% de los encuestados, quienes señalan no conocer dichas especialidades, y el 72% restante, que no conoce las distintas ramas del Derecho en que se desenvuelven los abogados.

Los resultados pueden ser observados en el gráfico N°20.

**GRÁFICO 20** *Pregunta N° 15*, en relación al total de la población encuestada.



### **Análisis por nivel socioeconómico**

Según el nivel socioeconómico de los encuestados, los resultados de que da cuenta el gráfico N°21, son los siguientes:

En el subsector ABC1, el 38% de la población conoce las especialidades, mientras que el 63% restante no las conoce.

En el subsector C2, el 42% conoce dichas especialidades, y el 5% no las conoce.

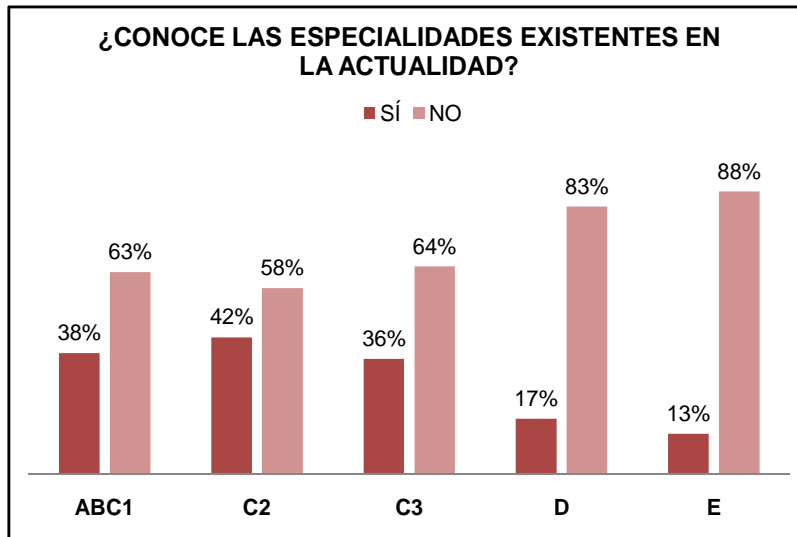
Respecto del subsector C3 de la población, el 36% conoce las especialidades existentes en la actualidad, y el 64% restante no las conoce.

En el subsector D de la población encuestada, el 17% sabe cuáles son las especialidades existentes, y el 83% restante no las conoce.

Por último, cuando se plantea la misma pregunta al subsector E de la población encuestada, el porcentaje de la población que no conoce las especialidades existentes asciende al 13% (12,5) y el porcentaje de aquellos que no conocen dichas especialidades asciende a un 88% (87,5).



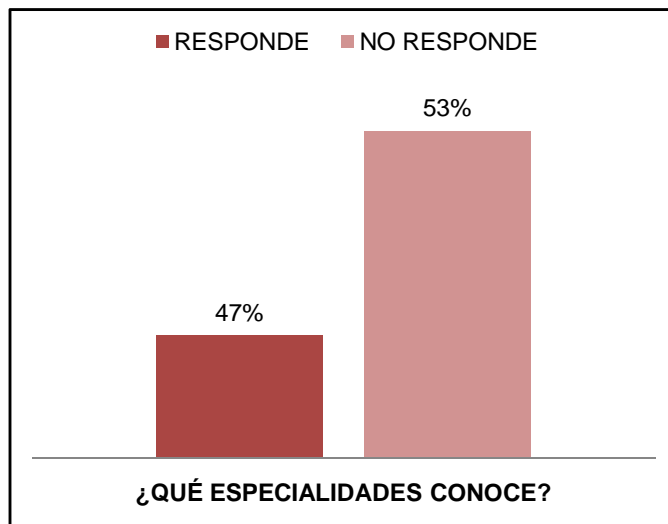
**GRÁFICO 21** *Pregunta N° 15*, proporciones según subsector de la población.



### 3.2.10. Pregunta N°16: “¿Qué especialidades conoce?”

A la pregunta 16, sobre qué especialidades existentes en la actualidad conoce el encuestado, el 47% de los mismos dio una respuesta señalando las que considera especialidades, mientras que el 53% restante no contestó, como se muestra en el gráfico N°22.

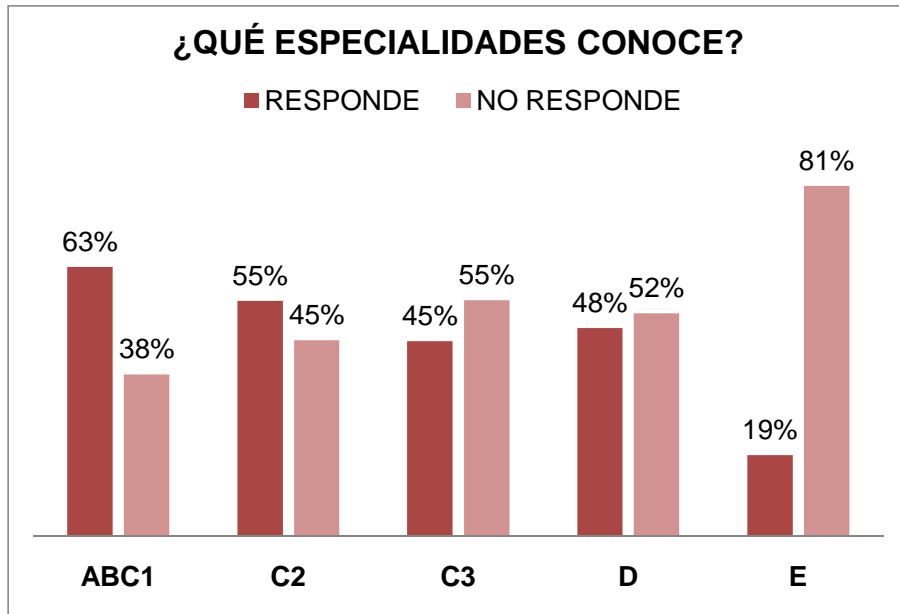
**GRÁFICO 22** *Pregunta N° 16*, en relación al total de la población encuestada.



### **Análisis por nivel socioeconómico**

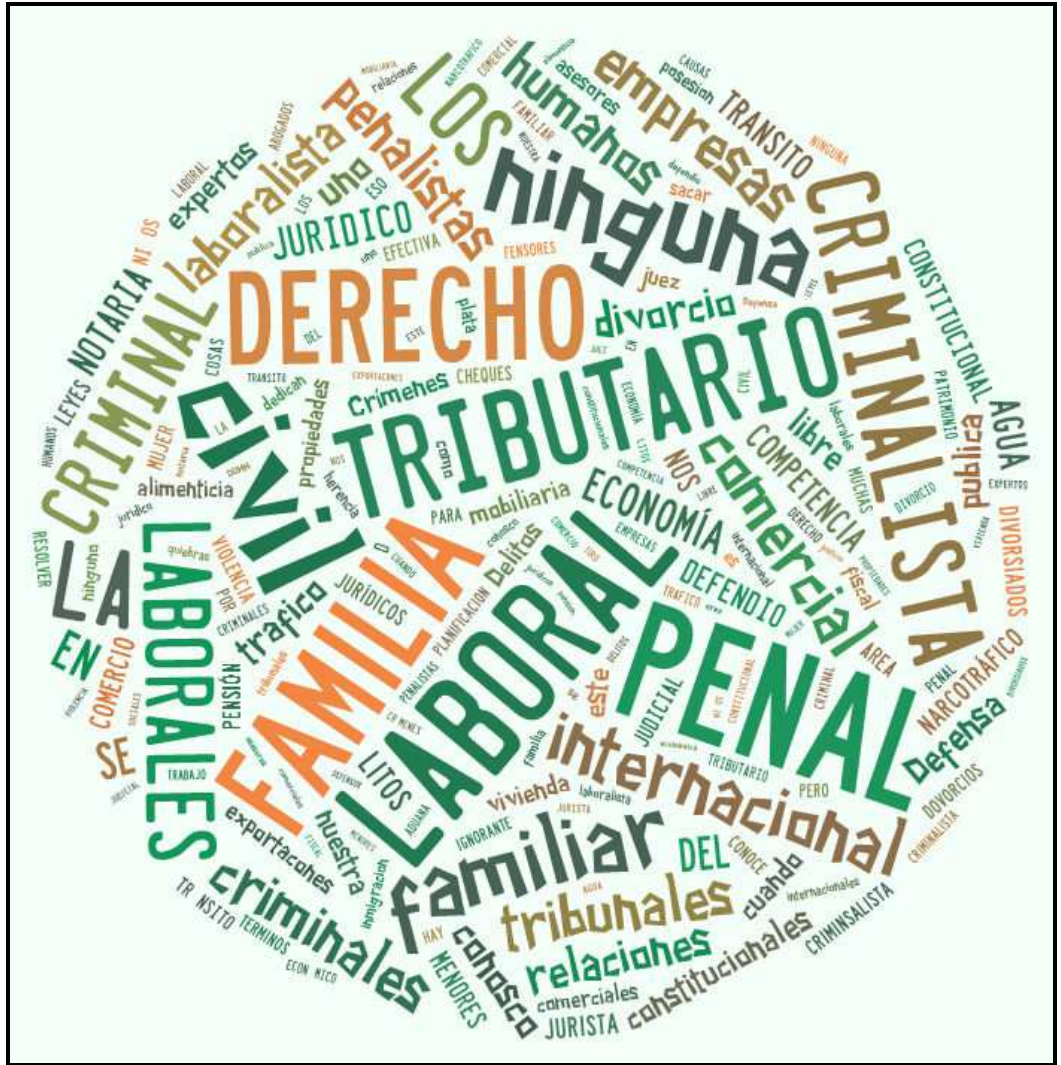
Según el nivel socioeconómico de los encuestados, los resultados como muestra el gráfico N°23, son los siguientes:

**GRÁFICO 23** *Pregunta N° 16, proporciones según subsector de la población.*



La respuesta a la pregunta 16, puede ser esquematizada en las palabras más utilizadas por los encuestados a la hora de elaborar una definición de abogado. En dichos términos, las palabras que más se repiten son: Derecho, Penal, Laboral, Tributario, Civil y Criminalista.

**ESQUEMA 8** Pregunta N°16, especialidades más conocidas en la población encuestada



En el subsector ABC1, el 63% (62,5) de los encuestados responde la pregunta, mientras que el 38% (37,5) restante no responde.

Entre las palabras más utilizadas por el subsector ABC1 se encuentran: derecho, laboral, tributario, penal, civil, familia, económico, internacional.

**ESQUEMA 9** Pregunta N°16, subsector ABC1.



En el subsector C2, el 55% de los encuestados contesta la pregunta precedente, mientras que el 45% de los mismos no lo hace.

Entre las palabras más utilizadas por el subsector C2 se encuentran: civil, penal, laboral, tributario, familia, quiebras, aduana.

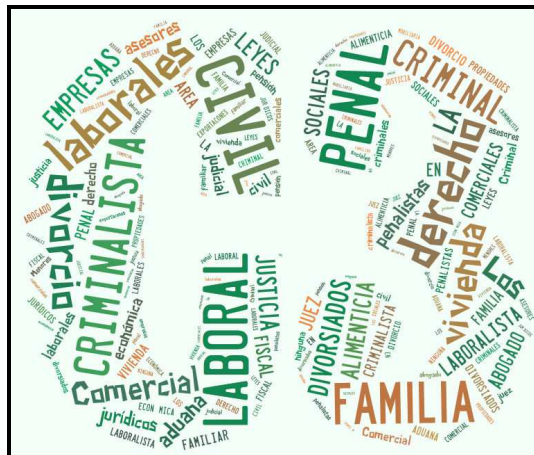
ESQUEMA 10 Pregunta N°16, subsector C2.



Respecto del subsector C3, las estadísticas se invierten, ya que el 45% de los encuestados contesta a la pregunta, mientras que el 55% restante no la contesta.

Entre las palabras más utilizadas por el subsector C3 se encuentran: civil, penal, criminalista, laboral, familia, divorcio, vivienda.

ESQUEMA 11 Pregunta N°16, subsector C3.



El subsector D, se delimita entre un 48% de preguntas contestadas, y un 52% sin contestar.

Entre las palabras más utilizadas por el subsector D se encuentran: ninguna, laboral, familia, penal, civil, violencia, economía.

**ESQUEMA 12** Pregunta N°16, subsector D.



Para finalizar, en el subsector E de la población encuestada, sólo el 19% da una respuesta a la pregunta esgrimida, mientras que el 81% restante no contesta.

Entre las palabras más utilizadas por el subsector E se encuentran: no conozco, criminalista, inmigración, herencia, familia.

**ESQUEMA 13** *Pregunta N°16, subsector E*

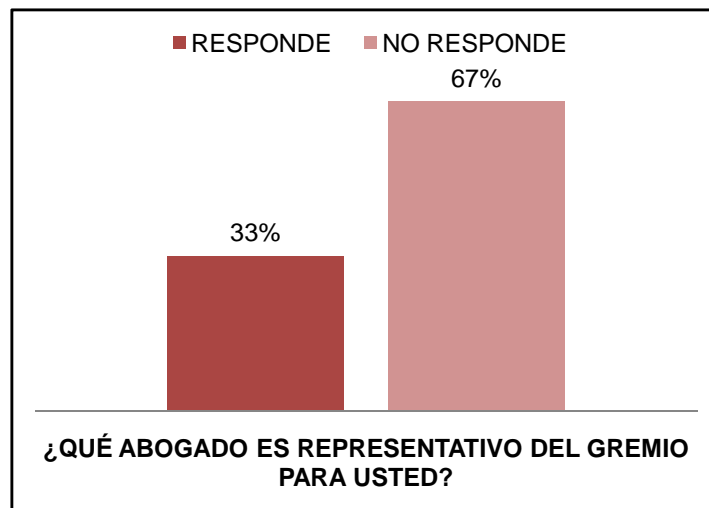


**3.2.11. Pregunta N°17: “¿Qué abogado es representativo del gremio para usted?”**

A la pregunta 17, sobre qué abogado es representativo del gremio para los encuestados, el 33% de los mismos dio una respuesta señalando la persona, o en su defecto, la especialidad que considera más representativa del gremio, mientras que el 67% restante no contestó. Lo anterior es observable en el gráfico N°24.



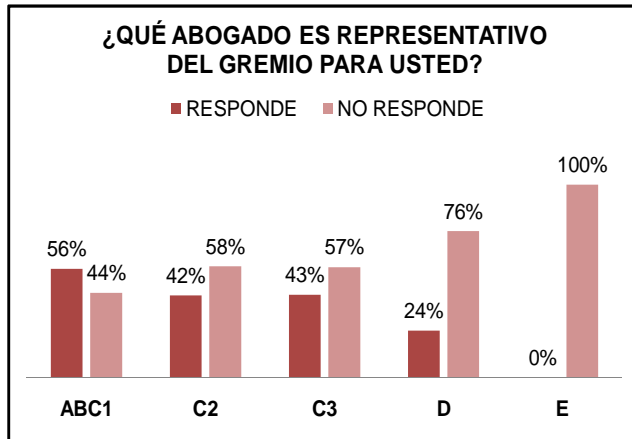
**GRÁFICO 24** *Pregunta N° 17, en relación al total de la población encuestada.*



### **Análisis por nivel socioeconómico**

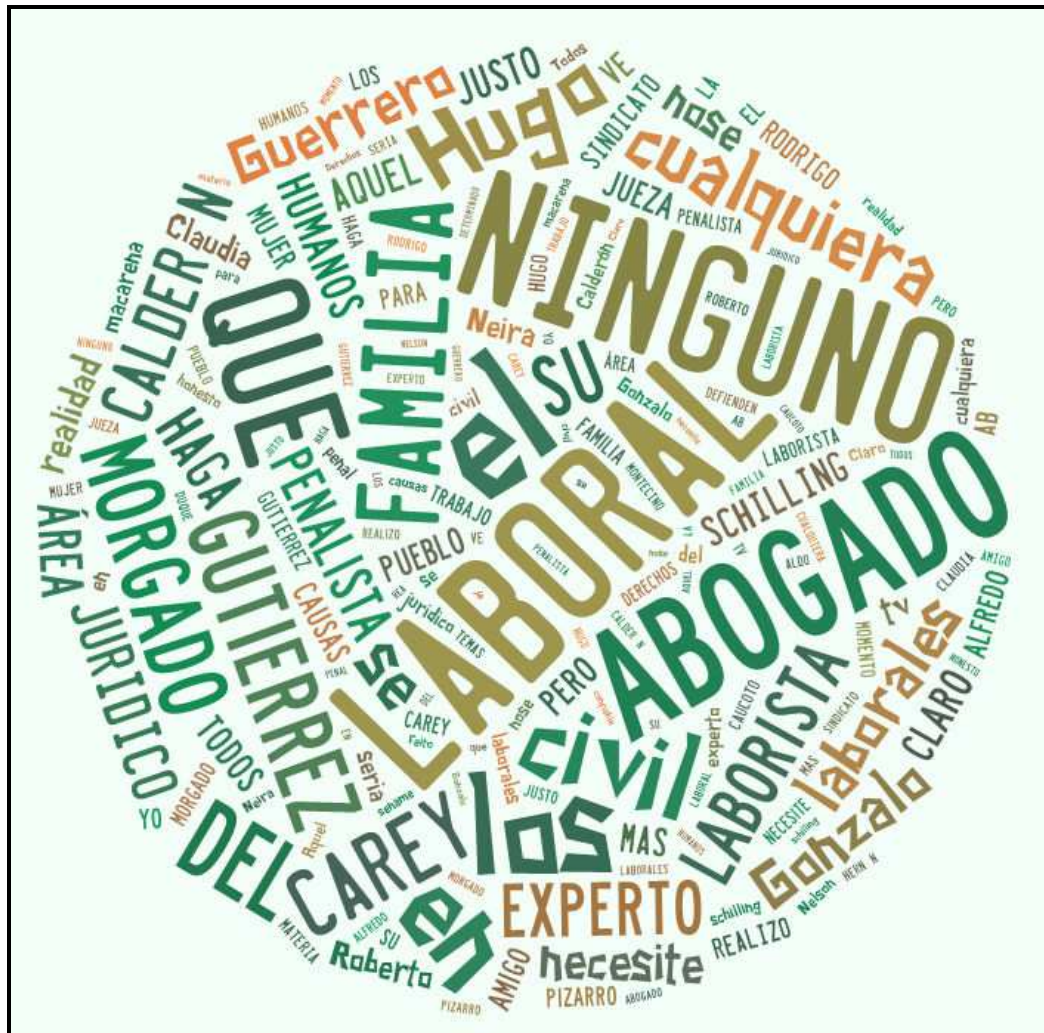
Según el nivel socioeconómico de los encuestados, los resultados como muestra el gráfico N°25, son los siguientes:

**GRÁFICO 25** *Pregunta N° 17, proporciones según subsector de la población.*



La respuesta a la pregunta 17, puede ser esquematizada en las personas más nombradas, o en su defecto, las palabras más utilizadas por los encuestados a la hora de señalar a los abogados que consideran representativos del gremio. En dichos términos, los nombres o palabras que más se repiten son: laboral, abogado, ninguno, Carey, Hugo Gutiérrez, Morgado, Calderón.

ESQUEMA 14 Pregunta N°17, abogados representativos del gremio según el total de la población encuestada



En el subsector ABC1, el 56% de la población encuestada contesta a la pregunta esgrimida, mientras que el 44% restante no responde.

Entre las palabras más utilizadas por el subsector ABC1 se encuentran: Carey, Gonzalo Guerrero, cualquiera, Civil.

**ESQUEMA 15** Pregunta N°17, subsector ABC1



En el subsector C2, los porcentajes se mueven entre un 42% que contesta, y un 58% que no lo hace.

Entre las palabras más utilizadas por el subsector C2 se encuentran: ninguno, experto, laboralista, familia, cualquiera, penal.

ESQUEMA 16 Pregunta N°17, subsector C2



Por otro lado, respecto del subsector C3, los porcentajes son semejantes a los del subgrupo C2, variando entre el 42% de personas que no contestan y el 57% que contestan a la pregunta planteada.

Entre las palabras más utilizadas por el subsector C3 se encuentran: laboral, civil, realidad, laborales, todos, abogado, jueza.

ESQUEMA 17 Pregunta N°17, subsector C3



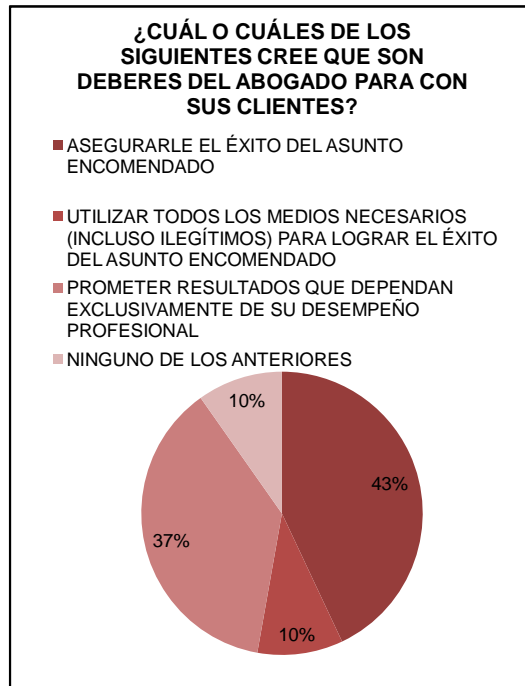


**3.2.12. Pregunta N°18: “¿Cuál o cuáles de los siguientes cree que son deberes del abogado para con sus clientes?”**

A la pregunta 18, sobre las expectativas de los potenciales clientes, o cuál o cuáles creen que son deberes de los abogados para con sus clientes, el 43% de los encuestados considera que es deber del abogado “asegurarle el éxito del asunto encomendado”, un 10% considera que deben utilizar todos los medios, incluyendo ilegítimos, para lograr el éxito del asunto encomendado, un 37% considera que deben prometer resultados que dependan exclusivamente de su desempeño profesional, y el 10% restante cree que de los enunciados, ninguno es deber del abogado para con su cliente.

Lo anterior es observable en el gráfico N°26, que se encuentra ubicado en la página siguiente.

**GRÁFICO 26** *Pregunta N° 18*, en relación al total de la población encuestada.





## **Análisis por nivel socioeconómico**

Según el nivel socioeconómico de los encuestados, los resultados como muestra el gráfico N°27, son los siguientes:

En el subsector ABC1, un 31% de los encuestados exigiría el éxito del asunto encomendado, un 13% el éxito sin importar el medio utilizado, un 44% cree que es deber de su asesor prometer resultados que dependan de su desempeño profesional, y el 10% restante considera que su deber no está plasmado en los antes señalados.

En el subsector C2, el 23% de los encuestados considera que es deber de los abogados asegurar el éxito del asunto encomendado, el 3% cree que debe asegurar ese éxito utilizando inclusive medios ilegítimos, el 63% opina que es deber de su asesor prometer resultados que dependan exclusivamente de su desempeño profesional, y el 11% restante cree que ninguno de los enunciados es deber del profesional de los servicios legales.

Por otro lado, respecto del subsector C3, un 43% de los encuestados señala que es deber del abogado asegurar el éxito del asunto encomendado, un 13% que dicho éxito debe ser asegurado a todo evento y sin importar las herramientas utilizadas, un 35% que sólo debe asegurarse un desempeño óptimo acorde con el profesional, y el 10% restante que ninguno de los anteriores debería ser deber del abogado para con su cliente.

El subsector D, el 52% (51,9) de la población encuestada considera que es deber del abogado asegurar el éxito del asunto encomendado, el 9% (8,6) considera que el éxito es un imperativo, que debe buscarse a toda costa, el 30% (29,6) considera que lo buscado no es la seguridad del éxito, sino el compromiso del profesional con su cometido, y el 10% (9,9) restante que no es ninguno de los ya mencionados.

Para finalizar, en el subsector E de la población encuestada el porcentaje de aquellos que consideran que el abogado debe asegurar el éxito del asunto encomendado alcanza un 53%, el 16% considera que debe asegurar el éxito a todo evento y sin importar el medio, el 26% señala que debe prometer resultados que dependan exclusivamente de su correcto desempeño profesional, y un 5% cree que su deber no se plasma en ninguno de los enunciados arriba.

**GRÁFICO 27** *Pregunta N° 18*, proporciones según subsector de la población.

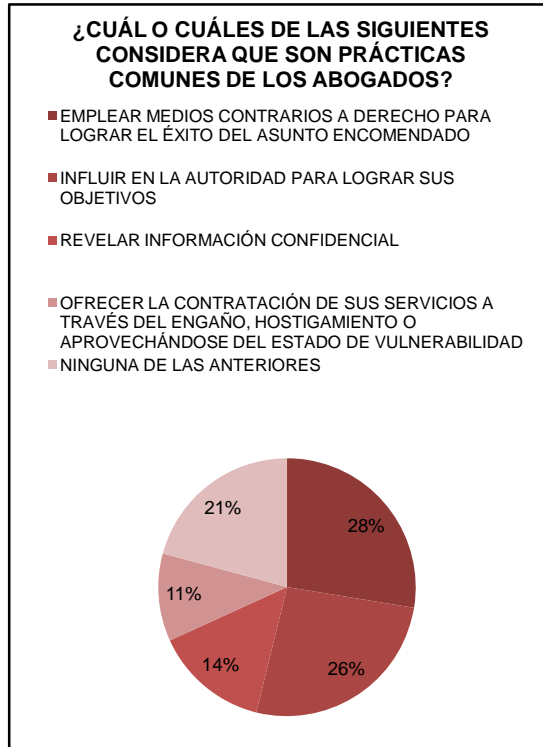


**3.2.13. Pregunta N°19: “¿Cuál o cuáles de las siguientes considera que son prácticas comunes de los abogados?”**

En cuanto a la pregunta 19, sobre cuáles son consideradas prácticas comunes de los abogados, el 28% del total de la población considera que los abogados, por lo común, emplean medios contrarios a derecho para lograr el éxito del asunto encomendado, un 26% que influyen en la autoridad para lograr sus objetivos, un 14% que por lo general revelan información confidencial, un 11% que ofrecen la contratación de sus servicios a través del engaño, hostigamiento o el aprovechamiento del estado de vulnerabilidad en que se encuentra su potencial cliente, y un 21% considera que ninguna de las anteriores es práctica común de los profesionales.

El gráfico N°28 que se agrega a continuación esquematiza lo señalado.

**GRÁFICO 28** *Pregunta N° 19*, en relación al total de la población encuestada.



Según el nivel socioeconómico de los encuestados, los resultados como muestra el gráfico N°29, son:

En el subsector ABC1 de la población encuestada, el 29% considera que los abogados emplean medios contrarios a derecho a fin de lograr su objetivo, un 21% que intentan influir en la autoridad para lograr dicho cometido, un 25% que generalmente revelan información confidencial, un 17% que ofrecen la contratación de sus servicios viciosamente, y un 25% que no tienen ninguna de las practicas ya señaladas.

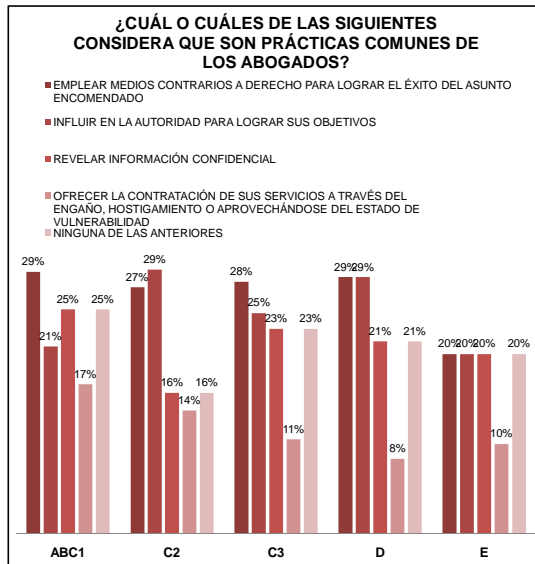
En el subsector C2, el 27% de los encuestados cree que los abogados utilizan medios contrarios a derecho, el 29% que influyen en la autoridad para lograr su cometido, el 16% que revelan información confidencial, el 11% que ofrecen la contratación de sus servicios engañando, hostigando o aprovechándose del estado del potencial cliente, y el 16% restante que no practican ninguna de las anteriores.

Por otro lado, respecto del subsector C3, los porcentajes de potenciales clientes que observan como práctica común de los abogados el empleo de medios contrarios a derecho alcanza un 29%, el de aquellos que creen que influyen en la autoridad para lograr sus objetivos alcanza un 25%, mientras que quienes creen que revelan información confidencial son alrededor del 23%, y quienes consideran que ofrecen sus servicios inescrupulosamente alcanzan un 11%, llegando a un 23% el porcentaje de los usuarios que estiman que ninguna de las anteriores en una práctica común de los abogados.

El subsector D, presenta un empate porcentual entre quienes consideran una práctica común el empleo de medios contrarios a derecho y el influir a la autoridad para alcanzar sus objetivos, mientras que el revelar información confidencial es común para el 21% de los encuestados, y el 8% considera que la oferta de servicios se hace de manera oportunista, mientras que el 21% considera que no practican ninguna de las anteriores.

Por último, en el subsector E de la población encuestada existe un empate entre quienes consideran que los abogados emplean medios contrarios a derecho para lograr el éxito del asunto encomendado, quienes piensan que influyen en la autoridad para lograr sus objetivos, quienes señalan que revelan información confidencial, y quienes estiman que ninguna de las anteriores es una práctica común de los abogados. En cuanto a ofrecer la contratación de sus servicios a través del engaño, hostigamiento o aprovechamiento del estado de vulnerabilidad en que se encuentra su potencial cliente, el 10% de la población encuestada correspondiente al sector E de la población, considera que es una práctica común de los abogados.

**GRÁFICO 29** *Pregunta N° 19*, proporciones según subsector de la población.



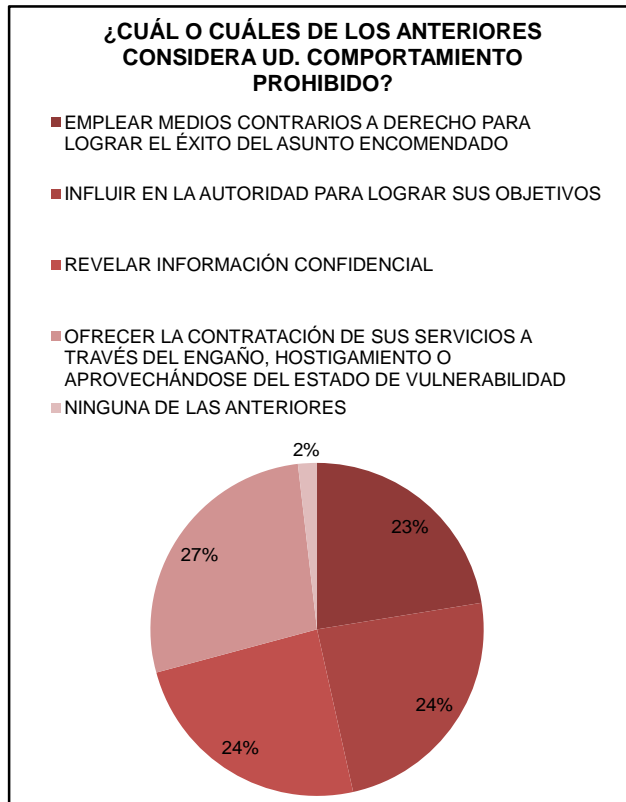


**3.2.14. Pregunta N°20: “¿Cuál o cuáles de los anteriores considera Ud. comportamiento prohibido?”**

Por último, la pregunta 20, sobre cuáles de las conductas enunciadas en la pregunta anterior consideran los encuestados como comportamiento prohibido, un 23% del total de la población considera que lo es el empleo de medios contrarios a derecho para lograr el éxito del asunto encomendado, un 24% que el influir en la autoridad para lograr sus objetivos, otro 24% que revelan información confidencial estaría prohibido, un 27% que ofrecer la contratación de sus servicios a través del engaño, hostigamiento o el aprovechamiento del estado de vulnerabilidad en que se encuentra su potencial cliente está prohibido, y sólo un 2% considera que ninguna de las anteriores es un comportamiento prohibido de los profesionales del gremio.

El gráfico N°30 que se agrega a continuación esquematiza lo señalado.

**GRÁFICO 30** *Pregunta N° 20*, en relación al total de la población encuestada.



### **Análisis por nivel socioeconómico**

De acuerdo al nivel socioeconómico de los encuestados, los resultados como muestra el gráfico N°31, son:

En el subsector ABC1 de la población encuestada, el 24% considera que está prohibido emplear medios contrarios a derecho a fin de lograr su objetivo, y de igual manera, otro 24% considera que lo ésta influir en la autoridad para lograr dicho cometido. Un 26% que estaría prohibido ofrecer la contratación de sus servicios viciosamente, mientras que quienes consideran que revelar información confidencial está prohibido, alcanza un 0%, al igual que quienes consideran que ninguno de los comportamientos descritos está prohibido.

En el subsector C2, el 26% de los encuestados cree que utilizar medios contrarios a derecho está prohibido, el 20% que lo está influir en la autoridad para lograr su cometido, el 1% que lo prohibido es revelar información confidencial, el 29% que lo está ofrecer la contratación de sus servicios engañando, hostigando o aprovechándose del estado del potencial cliente, y el 1% restante que ninguna de las practicas descritas estaría prohibida.

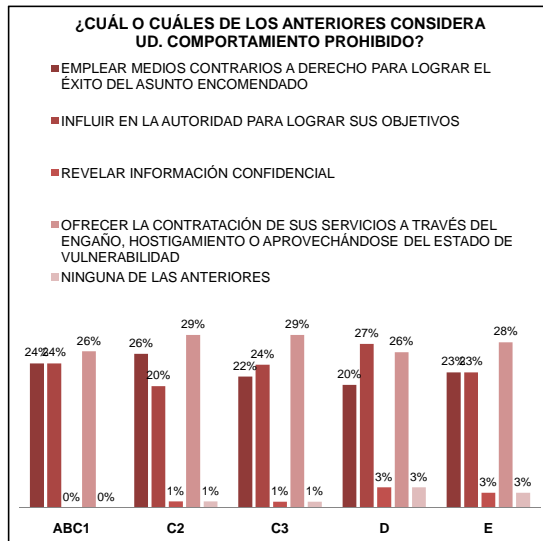
Respecto del subsector C3, los porcentajes de potenciales clientes que consideran prohibido el empleo de medios contrarios a derecho alcanza un 22%, el de aquellos que creen que lo prohibido sería influir en la autoridad para lograr sus objetivos alcanza un 24%, mientras que quienes creen que revelar información confidencial es un comportamiento prohibido, alcanzan alrededor del 1%, y estaría prohibido ofrecer sus servicios inescrupulosamente para un 29% de los encuestados,

mientras que el 1% restante estima que ninguna de las anteriores en una práctica prohibida para los abogados.

El subsector D, quienes consideran una práctica prohibida el empleo de medios contrarios a derecho alcanza un 20%, y el influir a la autoridad para alcanzar sus objetivos estaría prohibido para un 27% de los encuestados. La conducta de revelar información confidencial estaría prohibida para el 3% de los encuestados, alcanzando un 28% el porcentaje de encuestados que considera prohibido que la oferta de servicios se haga de manera oportunista, y un 3% que ninguna de las anteriores está prohibida.

Por último, en el subsector E de la población encuestada existe un empate entre quienes consideran prohibido el empleo de medios contrarios a derecho para lograr el éxito del asunto encomendado, y quienes piensan que lo está influir en la autoridad para lograr sus objetivos. Quienes señalan que revelan información confidencial está prohibido alcanzan un 3%, al igual que quienes estiman que ninguna de las anteriores es una práctica prohibida para los abogados. En cuanto a ofrecer la contratación de sus servicios a través del engaño, hostigamiento o aprovechamiento del estado de vulnerabilidad en que se encuentra su potencial cliente, el 28% de la población encuestada correspondiente al sector E de la población, considera que es una práctica prohibida.

**GRÁFICO 31** *Pregunta N° 20*, proporciones según subsector de la población.



## **CAPÍTULO 4: LA PERSPECTIVA DEL CLIENTE: ANÁLISIS SOBRE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENCUESTA A POTENCIALES CLIENTES DEL MERCADO DE LOS SERVICIOS LEGALES**

Con el mérito de los resultados obtenidos e individualizados en la sección anterior, es necesario abocarse al análisis profundo de cada uno de ellos, a fin de asociarlos a la problemática esgrimida anteriormente, y de construir las conclusiones finales.

Para empezar, basta con señalar que con los resultados anteriores es posible distinguir cuatro áreas principales a analizar, como son: la opinión de los encuestados (pregunta N° 9), el conocimiento sobre la profesión y los profesionales (preguntas N° 7, 8, 10, 11, 14, 15, 16 y 17), las expectativas sobre la profesión (preguntas N° 12 y 18), y las prohibiciones de la profesión (preguntas N° 13, 18, 19 y 20).

#### 4.1. Opinión de los encuestados

En opinión de los autores más versados, como don Máximo Macheco, *“suele sostenerse que la condición predominante de la abogacía es el ingenio, porque se presume que su misión es defender por igual el pro y el contra de los asuntos”*<sup>19</sup>.

En el mismo sentido, señala Calamandrei, *“...para ellos, abogacía es sinónimo de charlatanería, de retórica sin sinceridad, de verbosidad sin hechos, de apariencia sin sustancia, de astucia sin justicia”*<sup>20</sup>.

En dicho términos, en cuanto a la opinión de los encuestados sobre los abogados como gremio, y en particular como asesor personal, es posible identificar en principio la opinión que tienen respecto de los abogados sin atender a las circunstancias de ésta.

Al respecto, la pregunta N° 9 fue formulada de modo de obtener respuestas que expresaran una opinión simple respecto de los abogados, que pudiera expresarse en “positiva” o “negativa”, dejando la posibilidad de dar “otra” respuesta, más elaborada, a los usuarios.

---

<sup>19</sup> PACHECO MAXIMO. 1990. p.720.

<sup>20</sup> CALAMANDREI PIERO. 1960. p.34-35.

En ese sentido, y respecto del total de la población encuestada, la posición mayoritaria parece ser una opinión favorable respecto de los profesionales (64%), seguida de la respuesta “otra” (21%), que por lo general contenía a aquellos potenciales clientes que intentaban no generalizar, y que solían definir su opinión respecto de cada usuario en particular, más que del gremio. Por último, un grupo menor de los encuestados (15%) tenía una mala opinión sobre los abogados.

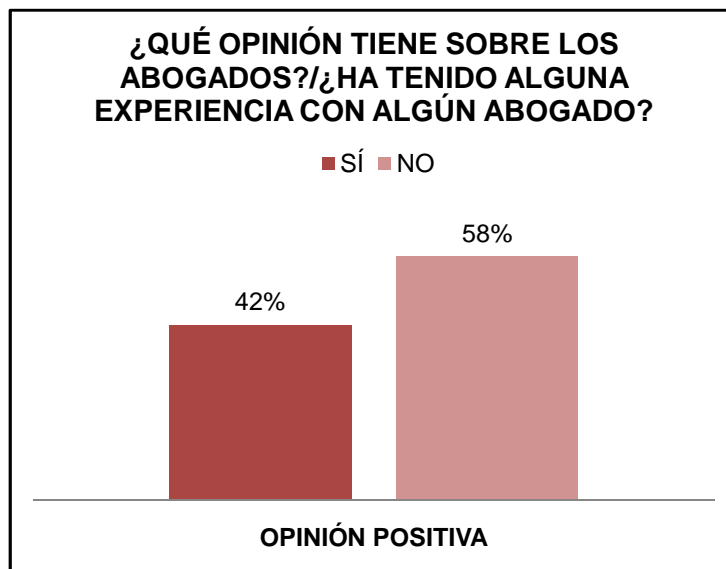
Del análisis sistemático de las respuestas dadas por los encuestados es posible deducir diversas conclusiones.

Cuando se relaciona la opinión con la existencia de una experiencia previa que acredite cierto conocimiento respecto de los abogados, los resultados son concluyentes:

El 42% de quienes tienen una opinión positiva respecto del gremio, ha tenido experiencias contratando los servicios de un abogado, mientras que el 58% restante nunca ha recibido servicios legales. Lo anterior es claramente observable en el gráfico N°32, que relaciona la opinión y el conocimiento de los potenciales clientes.

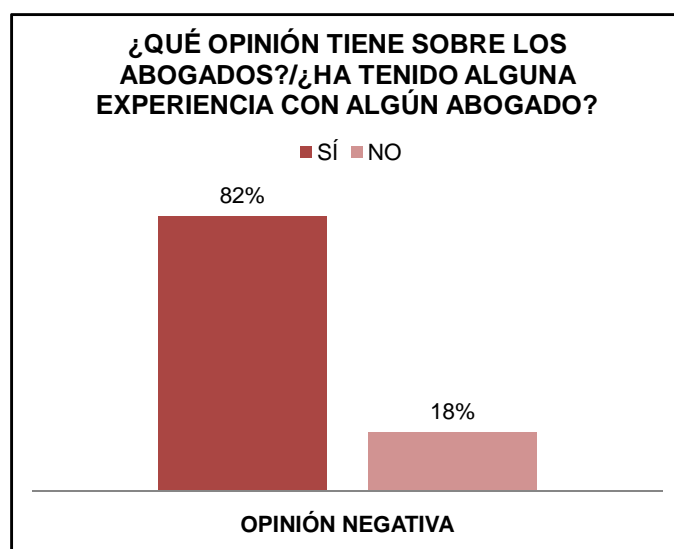


**GRÁFICO 32** Opinión positiva y experiencia



El 82% de quienes tienen una opinión negativa respecto del gremio, ha tenido experiencias contratando los servicios de un abogado, mientras que el 18% restante no ha recibido servicio legal alguno. Lo anterior es claramente observable en el gráfico N°33, que relaciona la opinión y el conocimiento de los potenciales clientes.

**GRÁFICO 33** Opinión negativa y experiencia



Por último, el 69% de quienes tienen otra opinión respecto del gremio, ha tenido experiencias contratando los servicios de un abogado, mientras que el 31% restante nunca ha recibido dichos servicios. Lo anterior es claramente observable en el gráfico N°32, que relaciona la opinión y el conocimiento de los potenciales clientes.

**GRÁFICO 34** Otra opinión y experiencia



Con lo anterior, es posible dilucidar que la mayoría de quienes tienen una opinión positiva respecto del gremio no han recibido servicios de abogado alguno, y al contrario, quienes tuvieron una opinión negativa, han recibido servicios legales.

En cuanto a quienes tuvieron “otra” opinión, esto es, una opinión que no generaliza según el gremio, la mayor parte de los encuestados ha tenido experiencias con un abogado, lo que deja clara la relación entre conocimiento y opinión existente. Así, la opinión suele ser más centrada cuando es más informada, esto es, cuando proviene de usuarios que han recibido servicios, y que, por tanto, no tienen prejuicios al respecto.

Lo anterior, se explicaría en las palabras de don Máximo Pacheco, cuando señala *“la misión del abogado no estriba en la venta de sus conocimientos jurídicos por un valor llamado “honorario”, sino en la lucha sin cuartel por la actuación de la justicia en las relaciones de los hombres”*<sup>21</sup>. Así, sólo aquellos que han formado parte del Mercado de los Servicios Legales como clientes son capaces de reconocer en la labor del abogado la protección de sus propios derechos, y no la búsqueda de una compensación económica sin limitaciones. Para quienes han sido *defendidos*, o asesorados, el abogado es el instrumento de dicha defensa, y como tal, no posee características negativas inherentes.

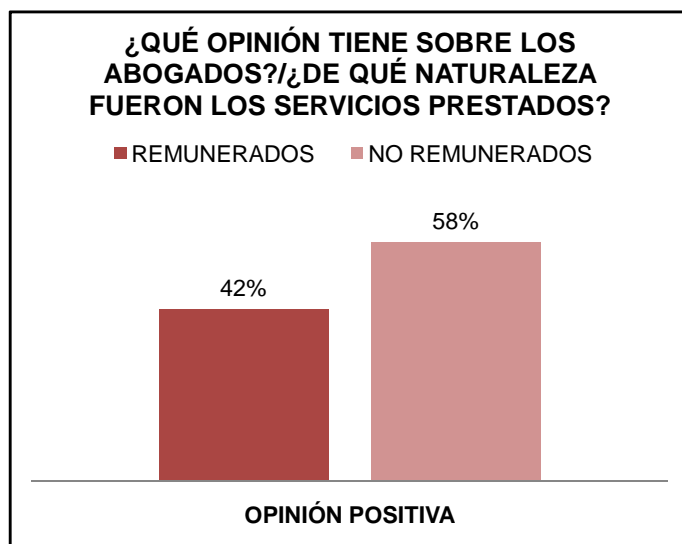
Desde otra perspectiva, es posible analizar la opinión de los usuarios en relación con la naturaleza de los servicios prestados a éstos por un profesional del gremio, donde los resultados se dan de la siguiente forma:

El 42% de los encuestados, que tienen una opinión positiva respecto del gremio, fueron asesorados en contraprestación a la remuneración que otorgaron a su abogado, mientras que el 58% restante, con la misma opinión sobre los abogados, recibió asesoría gratuita respecto del profesional, ya sea en su calidad de familiar o amigo cercano, o en la Corporación de Asistencia Judicial. Todo lo anterior se muestra en el gráfico N° 33 a continuación.

---

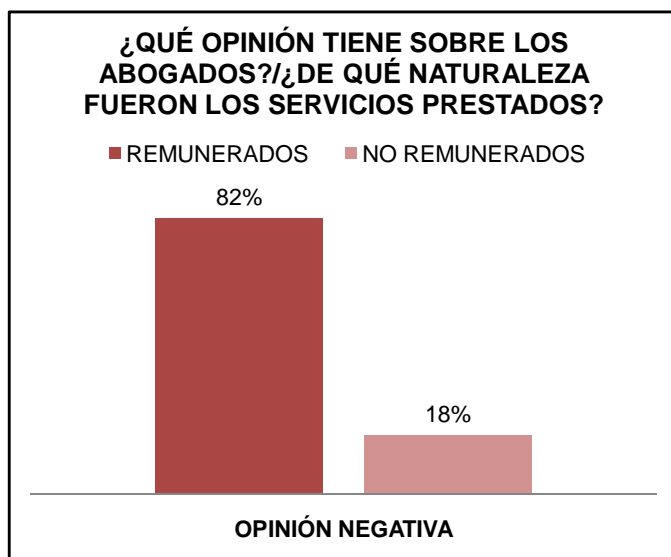
<sup>21</sup> PACHECO MÁXIMO. 1990. p.721.

**GRÁFICO 35** Opinión positiva y naturaleza del servicio



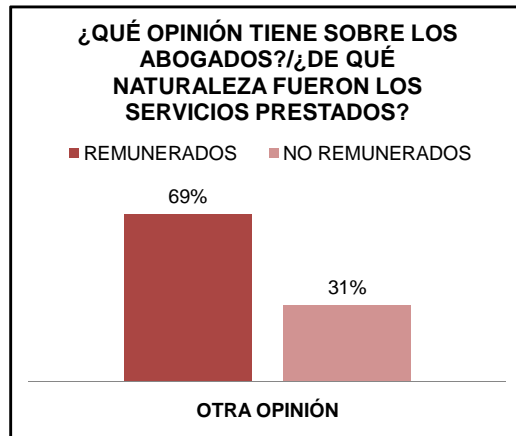
En cuanto a quienes tienen una opinión negativa respecto de los abogados, el 82% ha recibido servicios legales remunerados, mientras que sólo el 18% restante recibió servicios no remunerados o gratuitos. El gráfico N°34 deja en claro lo anterior.

**GRÁFICO 36** Opinión negativa y naturaleza del servicio



Por último, entre quienes declararon tener “otra” opinión respecto de los abogados, el 69% ha recibido servicios remunerados de un abogado, mientras que el 31% restante ha sido asesorado gratuitamente. El gráfico N°35 plasma la idea anterior.

**GRÁFICO 37** Otra opinión y naturaleza del servicio



De los antecedente ya descritos es posible concluir que la mayor parte de quienes tienen una opinión positiva respecto del gremio, ha recibido servicios no remunerados de un miembro de éste, mientras que quienes tienen una opinión negativa han sido mayoritariamente asesorados por un profesional remunerado.

En cuanto a quienes señalaron tener “otra” opinión, parece existir una inclinación a haber recibido servicios remunerados, lo cual es determinante a la hora de elaborar ciertas conclusiones.

Así, aparentemente, quienes han sido asesorados por un profesional remunerado tienen una opinión negativa sobre éste, o una opinión neutra, que intenta no generalizar respecto del gremio, mientras que quienes han recibido una asesoría

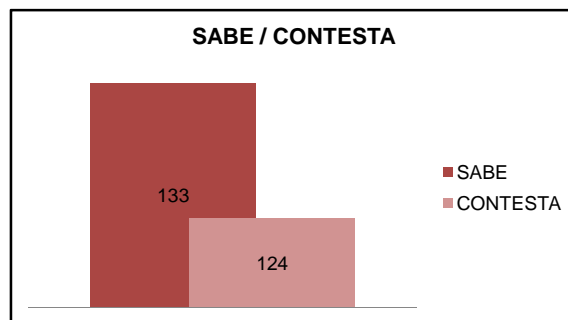
gratuita de un abogado, tienden a tener una mejor opinión sobre el gremio, quizá por la misma gratuidad de la prestación, considerando que los servicios prestados fueron adecuados respecto de lo solicitado y la contraprestación recibida.

#### 4.2. Conocimiento sobre la profesión y los profesionales

En cuanto al conocimiento existente respecto del gremio de los abogados, las conclusiones parecen ser simples:

Si bien existen diferencias notables en consideración al sector de la sociedad, el 81% de la población encuestada sabe qué es un abogado, mientras que el 75% de la misma, elabora una respuesta a la pregunta “puede explicar qué es” planteada posteriormente. Así, el 93,23% de quienes declaran saber qué es una abogado, son capaces de elaborar una definición al respecto, sin importar el tenor de ésta.

**GRÁFICO 38** Relación sabe / contesta





También es posible medir el nivel de conocimiento de los encuestados respecto del gremio, con el análisis de las preguntas 14, 15 y 16.

Sobre la pregunta 14 es posible advertir que entre quienes han recibido servicios legales, la mayor parte (52%) no conocía la especialidad de su abogado, por lo que no consideraron esa variable, de vital importancia, a la hora de contratar sus servicios. Estos clientes, por lo general, no recibirán el servicio que pretenden, ya que no han podido elegir al profesional más idóneo para asesorarlos.

Lo anterior es observable en el gráfico N° 37, que se apareja a continuación.

**GRÁFICO 39** ¿Conocía la especialidad?



En cuanto al conocimiento de las especialidades existentes en la actualidad, y a la posibilidad de señalar alguna de las especialidades conocidas por el encuestado, los resultados denotan que si bien sólo el 28% de los encuestados declara conocer dichas especialidades, el 47% de los encuestados respecto del mismo total, se atreve a describir o nombrar las especialidades que conoce. Así, sólo el 60% de quienes nombraron ciertas especialidades declaró conocerlas en la pregunta anterior.

Por último, al enunciar la pregunta amplia “¿qué abogado es representativo del gremio para usted?”, el 29% de los encuestados que contestó, señaló el nombre de un abogado, mientras que el 9% señaló las características que debía tener, y el 62% restante las especialidades que le parecen más representativas del gremio.

Entre los usuarios que señalaron nombres de abogados representativos se encuentran: Hugo Gutiérrez, Morgado, Carey, Schilling, Claudia Neira, Nelson Cauco, Hernán Calderón, Aldo Duque y La Jueza.

**ESQUEMA 19** Abogado representativo: nombres



De las características que un abogado representativo debía tener, destacan: cualquiera que haga su trabajo, el que necesite en el momento, aquel honesto, confiable, experto, justo, y el abogado del pueblo.

**ESQUEMA 20** Abogado representativo: características



Por último, las especialidades más representativas del gremio para los encuestados son: ninguno, laboral, civil, el experto en temas de familia, penal, derechos humanos, y Sename.



### **4.3. Expectativas sobre la profesión**

En cuanto a las expectativas de los potenciales clientes del mercado de los servicios legales, es posible analizar cómo se ve influida su opinión respecto del gremio en relación a los resultados obtenidos en sus pasadas experiencias, y qué es lo que en principio esperarían de su asesor.

Respecto de la primera cuestión, esto es, cuanto influye en su opinión lo positivo o negativo de sus experiencias pasadas, los resultados son concluyentes.

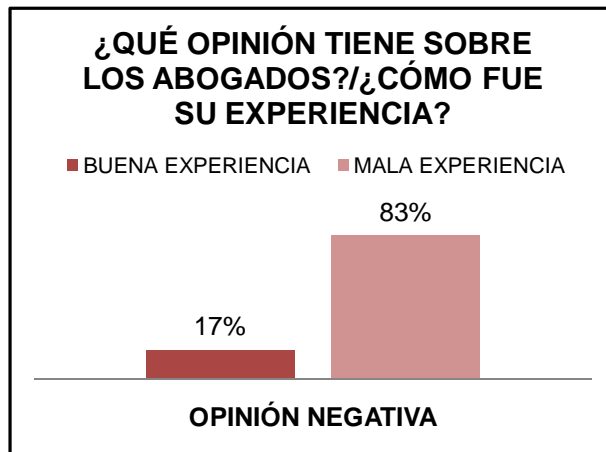
Entre quienes señalan tener una buena opinión de los abogados, el 88% tuvo una buena experiencia, mientras que sólo el 12% restante declara haber tenido una mala experiencia. Lo anterior es observable en el gráfico N°38 adjuntado a continuación.

**GRÁFICO 40** Opinión positiva y evaluación de la experiencia



Respecto de quienes declaran tener una opinión negativa sobre el gremio, las estadísticas se invierten, ya que el 83% de éstos tuvo una mala experiencia con su abogado, esto es, los servicios prestados no fueron adecuados, y sólo el 17% restante tuvo una buena experiencia. Estos porcentajes son observables en el gráfico N°39 sobre opinión y evaluación de la experiencia.

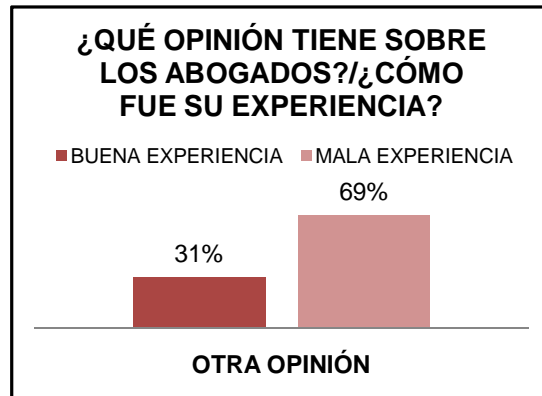
**GRÁFICO 41** Opinión negativa y evaluación de la experiencia



Por último, entre los usuarios que tienen “otra” opinión, el 69% tuvo una mala experiencia, mientras que el 31% restante contó con una prestación de servicios adecuada.

Lo anterior es claramente observable en el gráfico N°40, que relaciona la respuesta “otra” opinión, con la evaluación de su experiencia personal.

**GRÁFICO 42** Otra opinión y evaluación de la experiencia



Con los resultados ya enunciados es posible concluir que la experiencia determina de manera notable la opinión que tienen los usuarios sobre el gremio, por lo que una mala experiencia puede llevar a generalizar respecto de la opinión que tenemos sobre algo. Por otra parte, una vez más la opinión “otra” se muestra como más neutral, puesto que si bien la experiencia de quienes responde así es en mayoría mala, éstos usuarios tienden a no generalizar respecto del gremio sólo por haber tenido una mala experiencia con un representante de él.



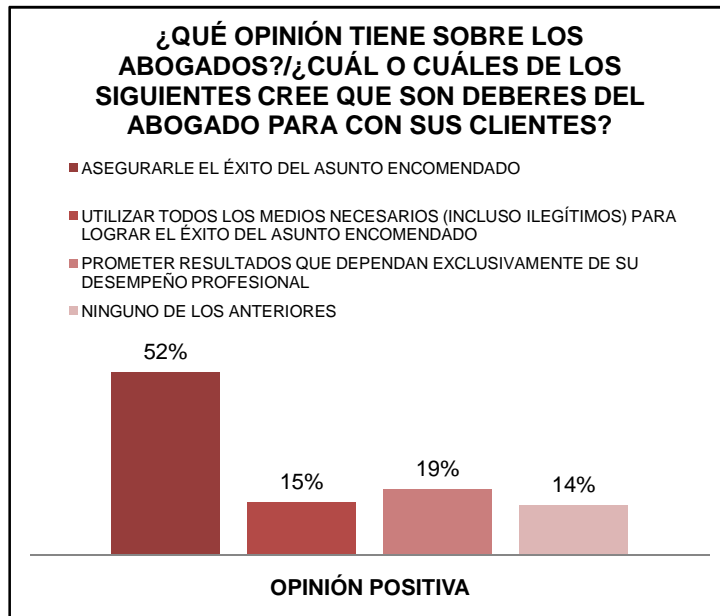
Así, el cumplimiento o incumplimiento de las expectativas de los usuarios parece ser más que determinante a la hora de influir en su opinión sobre el resto de los abogados.

En cuanto a lo que espera los potenciales clientes de sus abogados, y cómo influye esto con la opinión que tienen del gremio, los resultados son categóricos.

El 52% de quienes tienen una opinión positiva sobre los abogados, creen que su deber como profesional es asegurarle el éxito del asunto encomendado. Lo sigue el 19% de los encuestados, que considera que su obligación es prometer resultados que dependan exclusivamente de su desempeño profesional, y el 15% de los mismos, que cree que el abogado debe utilizar todos los medios para lograr el éxito del asunto. El 14% restante considera que ninguno de los anteriores es deber del profesional.

Lo anterior es observable en detalle en el gráfico N°41, que relaciona la opinión positiva de los usuarios con sus propias expectativas acerca del profesional.

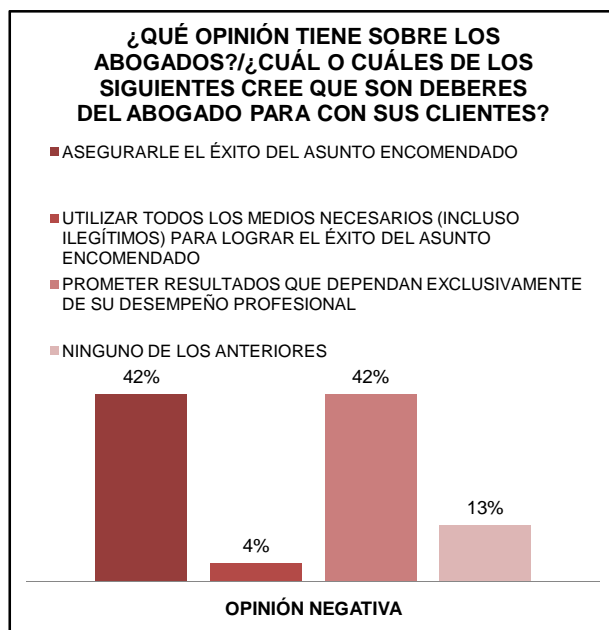
**GRÁFICO 43** Opinión positiva y expectativas



Por otro lado, entre quienes tienen una opinión negativa sobre los abogados en general, existe un empate de 42% entre quienes esperan que su abogado le asegure el éxito del asunto encomendado, y quienes esperan que le prometa resultados que dependan exclusivamente de su desempeño. Sólo el 4% de los encuestados requiere de su abogado la utilización de medios incluso ilegítimos para lograr el éxito, y el 13% restante cree que ninguno de los ya señalados es deber de su asesor.

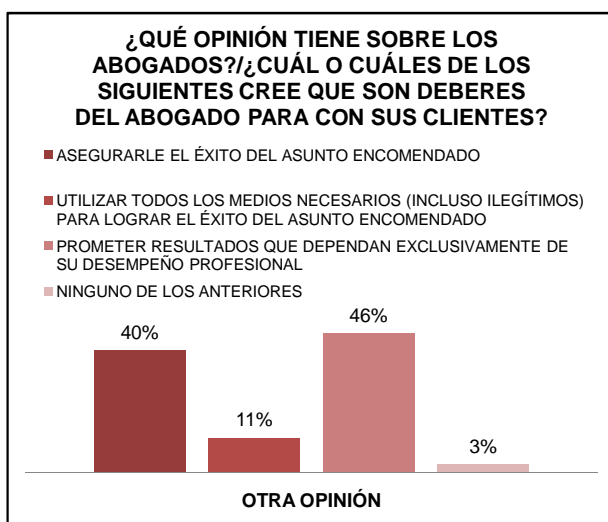
Todo lo anterior es observable en el gráfico N° 42, a continuación.

**GRÁFICO 44** Opinión negativa y expectativas



Por último, entre quienes declararon tener “otra” opinión respecto del gremio, la tendencia se invierte, ya que el 46% de los encuestados estima que es deber de su abogado prometerle resultados que dependan exclusivamente de su desempeño profesional, mientras que quienes exigen éxito alcanzan el 40%, y quienes exigen el éxito a toda costa alcanzan el 11%. El 3% restante cree que ninguna de las ya señaladas corresponde al deber del profesional.

**GRÁFICO 45** Otra opinión y expectativas

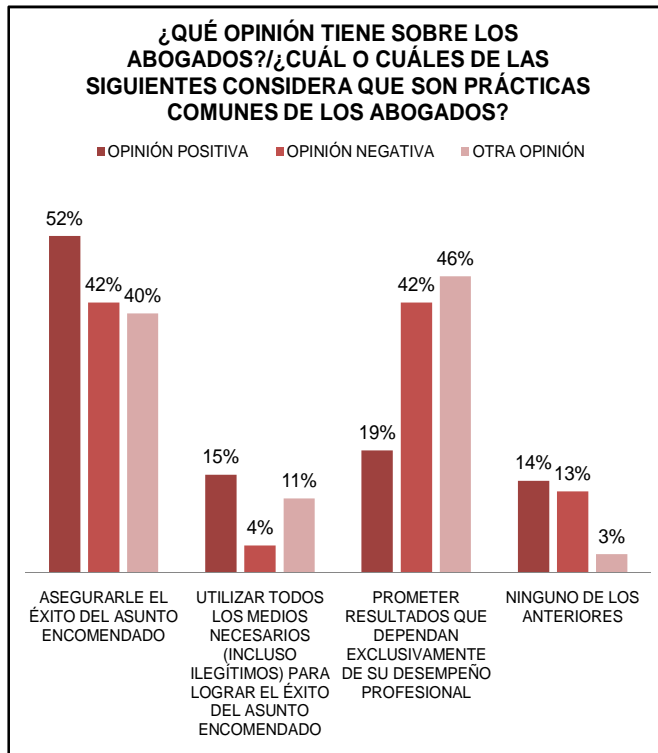


Con lo anterior, queda claro que la exigencia de éxito de parte de los usuarios es tan alta, que en ocasiones la exigen bajo cualquier circunstancia, y sin importarles cuán correcto sea el profesional que se encarga de sus asuntos, sino exclusivamente de lograr sus objetivos. Es así como, sin importar la opinión que tengan del profesional que lleva sus asuntos, al sumar las respuestas de quienes esperan éxito y quienes esperan éxito a través de cualquier medio, se alcanza en cada una de los subsectores de opinión una mayoría absoluta.

Ahora bien, existe al menos un cambio en la tendencia respecto de quienes tienen “otra” opinión respecto del gremio, una opinión que no generaliza, sino que “depende del abogado”, ya que la mayor parte de ellos espera contar con el apoyo de un profesional idóneo, que les preste servicios de primer nivel, pero que no comprometa su moral profesional.

El resumen de las ideas observadas en los gráficos anteriores es observable en el gráfico N° 46, que se presenta a continuación.

**GRÁFICO 46** Opiniones y expectativas



#### **4.4. Prohibiciones de la profesión**

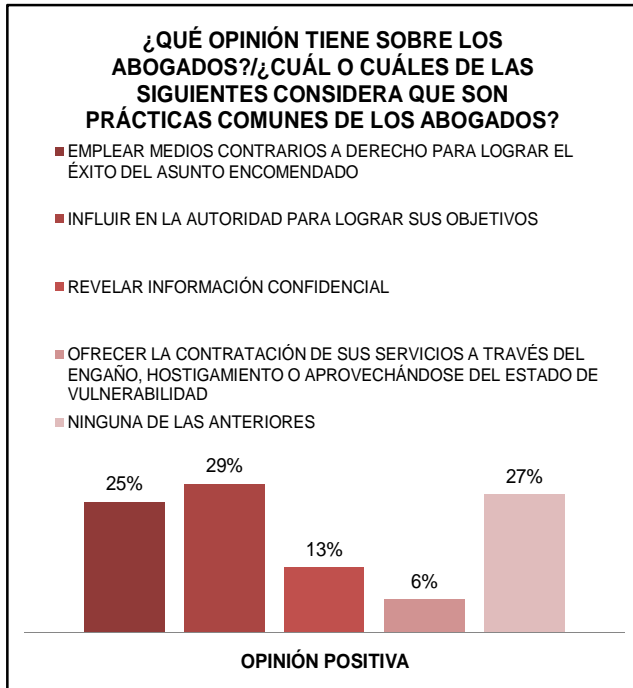
Al cuestionarnos sobre lo prohibido y permitido en el ámbito del ejercicio del derecho, es necesario acudir a los cuestionamientos de los usuarios al respecto.

Al respecto, cabe hacer mención a lo que los usuarios consideran prácticas comunes de los abogados, y aquello que en sus términos debería ser prohibido en el ejercicio de la profesión.

Respecto de las prácticas que los usuarios consideran de común utilización por los abogados, y su asociación a la opinión que tiene del profesional que las utiliza o no, los resultados se observan a continuación.

De quienes tiene una opinión positiva sobre el gremio, el 25% cree que dentro de sus prácticas comunes se encuentra emplear medios contrarios a derecho para lograr el éxito del asunto encomendado. El 29% cree que influyen en la autoridad para lograra sus objetivos. El 13% cree que revelan información confidencial, mientras que un 6%, que ofrecen la contratación de sus servicios a través de vicios, y el 27% restante cree que ninguna de las anteriores en una práctica común de los abogados.

**GRÁFICO 47** Opinión positiva y prácticas comunes

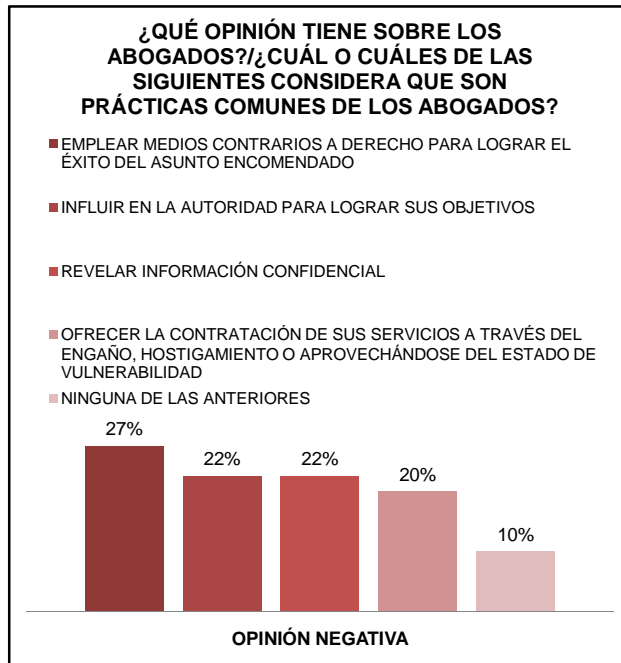




Quienes tienen una opinión negativa respecto de los abogados, creen en un 27% que éstos emplean medios contrarios a derecho para lograr el éxito del asunto o negocio encomendado. Un 22% cree que buscan influir en la autoridad para lograr sus objetivos, al igual que otro 22%, que estima que los abogados suelen revelar información confidencial. Un 20% de los encuestados estima que ofrecen la contratación de sus servicios a través del engaño, hostigamiento, o aprovechándose del estado de vulnerabilidad de sus potenciales clientes, y sólo el 10% estima que los abogados no practican ninguna de las anteriores.

Lo señalado precedentemente es observable en el gráfico N° 48, que relaciona la opinión negativa que tienen algunos usuarios respecto de los abogados, y lo que los primeros estiman que dichos profesionales utilizan comúnmente a la hora de desenvolverse en el ámbito del ejercicio de la profesión, con el fin de obtener los resultados requeridos.

**GRÁFICO 48** Opinión negativa y prácticas comunes



Entre quienes tiene “otra” opinión sobre el gremio, un 34% estima que utilizan medios contrarios a derecho, un 23% que buscan influir en la autoridad, un 13% que revelan información confidencial, y un 17% que se aprovechan del estado de su

potencial cliente para ofrecer sus servicios. El 13% restante estima que no utilizan ninguno de los medios anteriormente descritos.

**GRÁFICO 49** Otra opinión y prácticas comunes



Con los resultados obtenidos en este sentido es posible concluir que los usuarios que tienen una opinión positiva de los abogados, tienden a pensar que los profesionales no utilizan ninguno de los medios ya señalados para lograr sus objetivos. Estos usuarios tiene en común con aquellos que tienen “otra” opinión, que en ambos casos el porcentaje alcanzado por la opción “revelan información confidencial” es relativamente bajo, por lo que en principio son usuarios con mayor confianza hacia el profesional que lleva sus asuntos.

En cuanto al empleo de medios contrarios a derecho, si bien el porcentaje es alto en todos los segmentos, es relativamente más bajo respecto de aquellos usuarios que tiene una buena opinión sobre los abogado (25%), subiendo en el caso de aquellos que tiene una mala opinión sobre ellos (27%), y alcanzando su máximo exponente en aquellos que tienen “otra” opinión (34%).

Entre las opiniones positiva y negativa, el criterio definitorio en cuanto a formar dicha convicción parece ser la conjunción de todas las prácticas antes mencionadas. Así, mientras en los usuarios que tienen una opinión positiva, y en los que tienen “otra” opinión, existen diferencias notorias entre aquellas que consideran mayormente como prácticas comunes, en los usuarios que tienen una opinión negativa respecto del gremio se observa una disminución paulatina, existiendo incluso equivalencia entre algunas de las prácticas que consideran comunes.

Según lo anterior, los abogados que causan una mala impresión respecto del gremio son aquellos que utilizan comúnmente todos los mecanismos antes señalados.

**GRÁFICO 50** Opiniones y prácticas comunes



Respecto de las anteriores, se cuestionó a los potenciales clientes sobre cuáles de las anteriores prácticas consideran que deberían ser prohibidas, y las respuestas entregadas se analizan a continuación.

Entre quienes tienen una opinión positiva al respecto, el 23% considera prohibido el emplear medios contrarios a derecho para lograr el éxito del asunto encomendado, y el 24% considera que lo es influir en la autoridad para lograr ciertos objetivos. Otro 23% considera que revelar información confidencial es un comportamiento indebido, mientras que el 27% de los encuestado estima que ofrecer la contratación de los servicios a través del engaño, hostigamiento, o aprovechándose del estado de vulnerabilidad es un comportamiento inapropiado, y que, como tal, debería estar prohibido.

El 3% de los encuestados que tiene una opinión positiva respecto de los profesionales del gremio, estima que ninguna de las conductas ya señaladas debería considerarse prohibida en el ejercicio de la profesión.

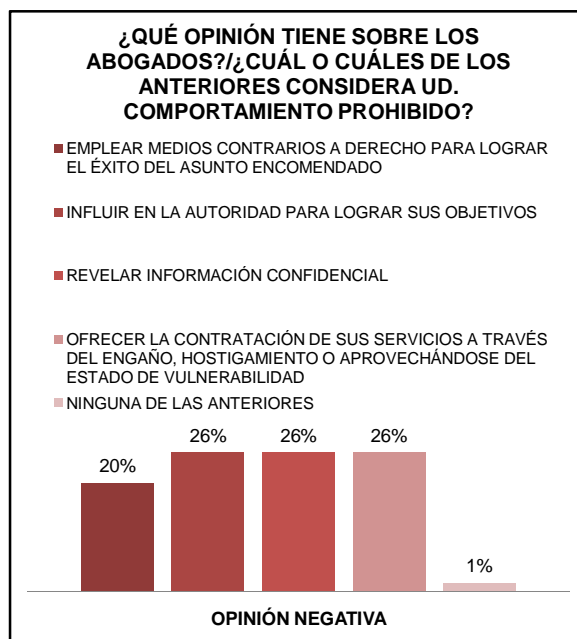
**GRÁFICO 51** Opinión positiva y prácticas prohibidas



Respecto de quienes tiene una opinión negativa acerca de los abogados, estos consideran como comportamiento prohibido las conductas ya descritas, otorgándoles los siguientes valores: el 20% considera prohibido emplear medios contrarios a derecho, y existe un triple empate entre quienes consideran que lo prohibido es influir en la autoridad para lograr ciertos objetivos, revelar información confidencial, y ofrecer la contratación de los servicios a través del engaño, hostigamiento, o aprovechándose

del estado de vulnerabilidad. Sólo el 1% de los encuestados estima que ninguno de los anteriores es un comportamiento prohibido per se.

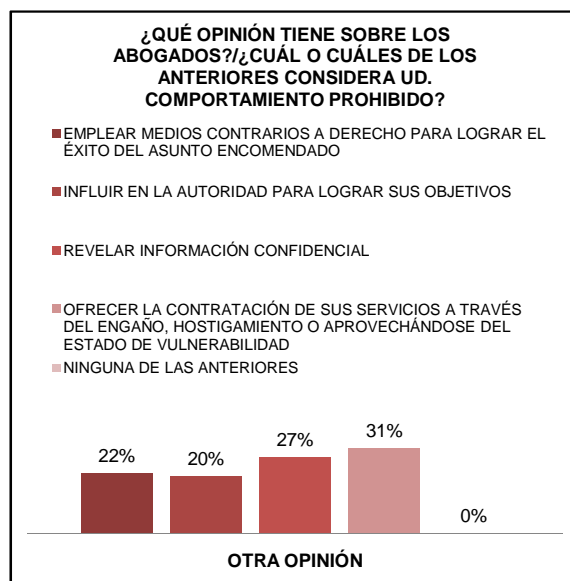
**GRÁFICO 52** Opinión negativa y prácticas prohibidas





Para finalizar, entre los usuarios del Mercado que tienen “otra” opinión respecto del gremio de los abogados, los resultados son los siguientes: el 22% de los encuestados considera prohibido el emplear medios contrarios a derecho, el 20% influir en la autoridad, el 27% revelar información confidencial, y el 31% ofrecer la contratación a través de vicios. El 0% de los encuestados considera que ninguna de las anteriores es una práctica prohibida.

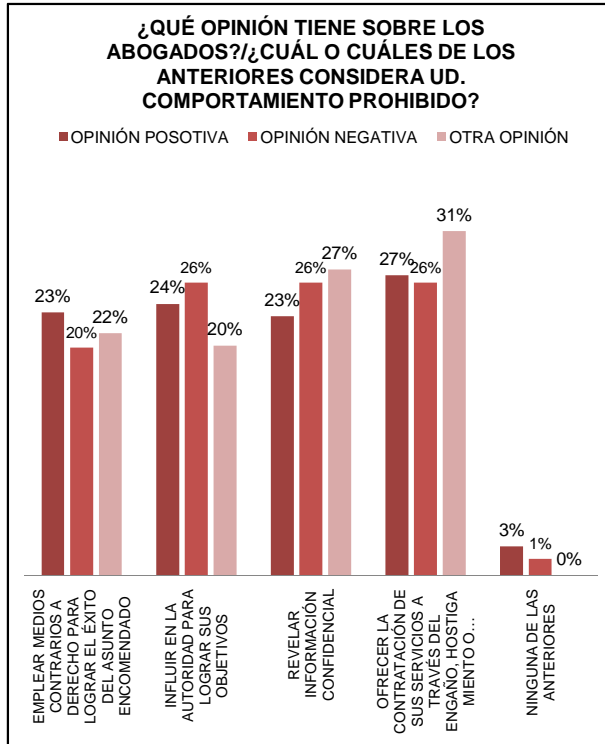
**GRÁFICO 53** Otra opinión y prácticas prohibidas



De los resultados ya descritos es posible concluir que la opinión de los usuarios suele ser influida en mayor medida por la utilización de los abogados de aquellas medidas que a ellos pueden afectar personalmente como clientes. Así, en el caso de quienes tienen una “otra” opinión, o una positiva, el porcentaje más alto de conductas consideradas prohibidas es el de la oferta de servicios a través de actuaciones viciadas, en relación con la posición de indefensión en que se encuentra el potencial cliente. Junto con lo anterior, en ambos casos, la conducta revelar información confidencial presenta un alto porcentaje de elección por los usuarios.

Ahora bien, en el caso de las tres categorías de posible opinión, parece existir concordancia en cuanto a estimar que todas las conductas descritas debería ser prohibidas, pero en el caso de quienes tienen una buena opinión de los abogados, un 3% estimó que ninguna de las anteriores estaba prohibida, y en el caso de quienes tienen una mala opinión del gremio, éste porcentaje alcanzó un 1%.

**GRÁFICO 54** Opiniones y prácticas prohibidas

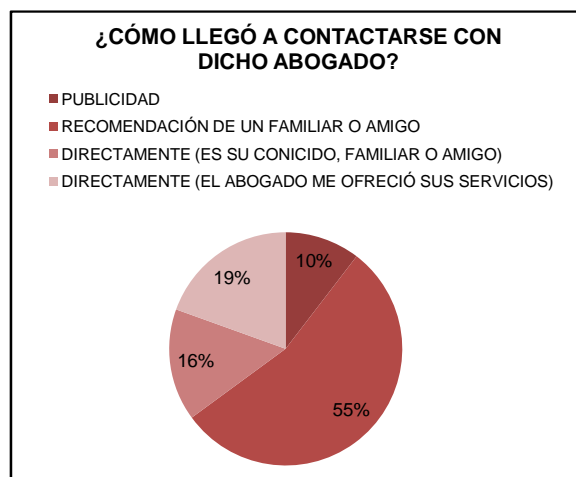


En cuanto a la “solicitud”, estos es, el ofrecer la contratación de servicios a través del engaño, hostigamiento o aprovechándose del estado de vulnerabilidad de

los usuarios, la pregunta 13 cubría entre las formas en que el usuario entró en contacto con un abogado, las posibilidades, “a través de publicidad” (10%), y “directamente (el abogado me ofreció sus servicios)” (19%).

En el segundo de los casos es más probable que nos hayamos encontrado ante un escenario en el cual el abogado, aprovechándose del conocimiento que tiene del mercado y de sus potenciales clientes, se haya acercado a éstos en un momento en que sabía que sus servicios serían requeridos.

**GRÁFICO 55** Porcentajes de solicitud en el Mercado



Así como la publicidad, la solicitud no es negativa per se, de hecho, como se explicó previamente, puede ser beneficiosa en cuanto a otorgar información al potencial cliente, pero debe ser regulada de modo de no caer en vicios como los señalados con anterioridad.

Un claro caso en el cual se recurre a la solicitud en el Mercado, es aquel en que abogados dirigen misivas a potenciales clientes en atención al conocimiento que han tomado, por medios de las publicaciones legales respectivas, del decreto de remate que pesa sobre la vivienda de éstos últimos. Acá, el abogado no sólo está dando a conocer sus servicios, sino que está dirigiéndose directamente a un potencial cliente que sabe en situación de necesidad extrema, otorgándole “facilidades” de pago, y asegurándole el éxito del asunto. Junto con lo anterior, éstos profesionales suelen tener intereses contrapuestos a los de sus clientes.

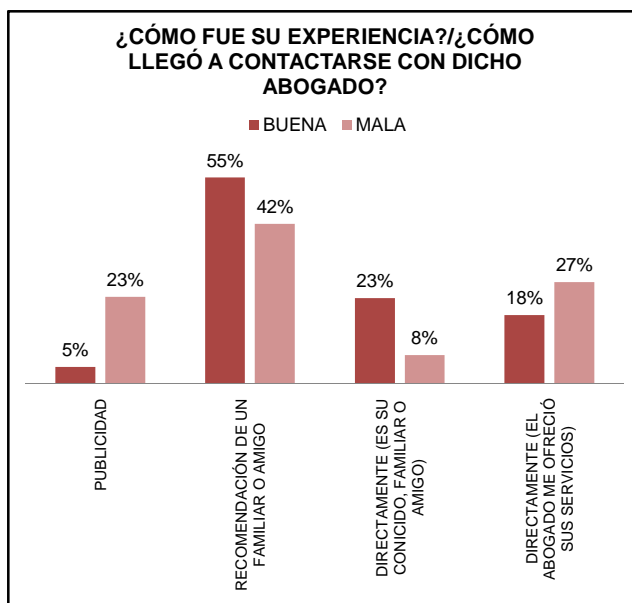
Sin perjuicio de lo anterior, y en el entendido que no toda solicitud es viciosa, según lo señalado por los propios encuestados, las mejores experiencias se obtienen de recomendaciones, seguidas de asesoría de un cercano, y posteriormente por el ofrecimiento directo del profesional.

Ahora bien, a la hora de calificar a una prestación como mala, la tendencia muestra resultados confusos, ya que las peores experiencias se dan, al inverso de lo señalado anteriormente, por recomendaciones, seguidas de la oferta directa de un profesional, y posteriormente de la publicidad.

Todo lo anterior dice relación con un punto importante en las prácticas prohibidas, que tiene que ver más con el concepto de honorabilidad de la profesión que con el ejercicio mismo de ésta, ya que los resultados parecen depender en mayor

medida de otros factores, como el conocimiento de la especialidad del abogado, y su desempeño profesional.

**GRÁFICO 56** Experiencia y contacto



## **CONCLUSIONES: IDEAS SOBRE LA NECESIDAD DE HACER PÚBLICAS LAS PROHIBICIONES Y DEBERES**

Los resultados obtenidos y sistematizados a lo largo de la presente investigación, dicen relación con la estructura y funcionamiento del Mercado de los servicios legales.

La regulación de dicho Mercado, por los propios abogados, está directamente relacionada con la dificultad de acceso a la información respecto de los clientes, y el bien jurídico otorgado a éstos a través de los servicios legales. Así, la preocupación principal es lograr que en la profesión se plasme la idea de confianza que circunscribe el encargo.

En cuanto a las expectativas y conocimiento de la profesión de abogado respecto de los potenciales clientes, la estructura del Mercado ha significado una permanente barrera a la información necesaria para elegir a conciencia, y lograr una atención óptima en relación con la naturaleza de la asesoría solicitada. Por lo mismo, si bien los usuarios conocen la profesión, y son capaces de formarse una opinión sobre la ella, no tienen el conocimiento suficiente sobre la variada gama existente de profesionales de los servicios legales, ni de cómo contactarlos.

Así se observó en los resultados a las preguntas sobre las especialidades existentes en el Mercado de los Servicios Legales, donde sólo un 28% del total de los encuestados declaró conocer dichas especialidades.

Ante lo anterior, la búsqueda y reconocimiento de los potenciales clientes es una labor que el abogado puede hacer de mejor manera, y siempre que sea bien utilizada, esto es, siempre que no se sirva de medios viciados para lograr la contratación, puede otorgar a ambas partes una mejor experiencia en cuanto al servicio legal prestado.

El problema deriva entonces en delimitar dicha posibilidad, tarea que el Código de Ética del Colegio de Abogados de Chile de 2011 cumple con regular en atención a las condiciones actuales de contratación, limitando la solicitud prohibida a los casos en que el abogado ofrece la contratación de servicios a través del engaño, hostigamiento o aprovechándose del estado de vulnerabilidad de su potencial cliente, y eliminando las restricciones excesivas a la publicidad que existían en el Código de 1948.

Así, tanto en la regulación nacional, como en el Código de Ética de la ABA, las normas existentes se encaminan a informar al potencial cliente respecto de la labor del abogado, las conductas permitidas de la profesión, y aquellas conductas absolutamente prohibidas. Un ejemplo claro de lo anterior se observa en la regulación de los casos de solicitud permitida y prohibida, que en el Código de Ética chileno de 2011 se ubica en su Artículo 13, mientras que se regula extensamente en la regla 7.3 del Código de Ética de la ABA.

Sin perjuicio de lo anterior, y de la acertada regulación nacional, la aplicación restringida del nuevo Código delimita su aplicación a los abogados colegiados, con lo



que una amplia gama de profesionales queda sujeto a las normas anteriores, y exclusivamente a la nueva regulación en calidad de principios.

En conjunto con lo ya señalado, y respecto del acceso a la información del Mercado, los potenciales clientes necesitan tener acceso a una serie de circunstancias que facilitarían de sobre manera el proceso de selección del profesional que los asesorará, y además, requieren tener información fidedigna acerca de la profesión en sí, y los deberes y prohibiciones que pesan sobre sus abogados.

La opinión actual de los usuarios de los servicios legales, en especial aquella contrastada con el acceso que han tenido (o no) a la asesoría de un profesional calificado, dice relación con la idea de un oferente de servicios guiado exclusivamente por una prestación pecuniaria, sin ética ni honor personal, y capaz de cualquier cosa con tal de lograr sus objetivos. Así, quienes tienen una mala opinión de los abogados suelen justificar dicha opinión con la creencia de que los abogados son capaces de utilizar cualquier tipo de mecanismo, especialmente en cuanto a prácticas prohibidas, para conseguir su cometido (Ver gráfico N°46).

Esto no es para nada extraño, ni mucho menos es una idea exclusiva de la época en que nos encontramos, sino que responde a una visión que a ratos parece generalizada, y que dice relación con lo que tan bien explica Calamadrei en las siguientes palabras: *"para valorar el verdadero alcance de esta hostilidad literaria contra los abogados, es preciso no olvidar que ninguna de las profesiones humanas, ni siquiera aquellas cuya utilidad es universalmente sentida, puede sustraerse a la sátira, que coge y pone en ridículo algunas de sus manifestaciones anormales, sin discutir,*

*por otra parte, su razón normal de ser, frente a la cual éstas constituyen la excepción patológica*<sup>22</sup>.

Lo que sí es negativo, en algunos casos plasmados en las entrevistas, dichas circunstancias o prácticas consideradas comunes iban acompañadas de opiniones positivas acerca de los abogados profesionales, en atención a que lo que el potencial cliente buscaba en su abogado era exclusivamente el éxito del asunto encomendado.

Dichos clientes exigían de sus asesores el mayor estándar respecto al respeto a su persona, desconociendo el respeto a los demás, incluido el propio respeto a la dignidad de la profesión.

Si existiese conciencia respecto de la labor del abogado, de su especialización y su preparación, y de la naturaleza de la prestación que otorga como obligación de medios, los potenciales clientes tenderían a buscar un profesional idóneo, que persiguiera sus objetivos a través de medios legítimos y con respeto a su contraparte y todos aquellos con quienes se relacione.

Se requiere pues, para cambiar el Mercado, generar una política de información, que concientice a todos los participantes de éste de las normas que regulan la profesión y los estándares del servicio, generando clientes informados que tengan acceso a abogados responsables. Generando, en otras palabras, clientes que exigen lo justo, y permiten a sus asesores luchar por lo que es justo para sí mismos.

En las palabras de Piero Calamandrei, *“Todo abogado vive en su patrocinio ciertos momentos durante los cuales, olvidando las sutilezas de los códigos, los artificios de la elocuencia, la sagacidad del debate, no siente ya la toga que lleva*

---

<sup>22</sup> CALAMANDREI PIERO. 1960. p.30.

*puesta, ni ve que los jueces están envueltos en sus pliegues; y se dirige a ellos mirándolos a los ojos de igual a igual, con las palabras sencillas con que la conciencia del hombre se dirige fraternalmente a la conciencia de su semejante a fin de convencerlo de la verdad. En estos momentos la palabra "Justicia" vuelve a ser fresca y joven, como si se la pronunciase entonces por primera vez; y quien la pronuncia siente en la voz un temblor discreto y suplicante, como el que se percibe en las palabras del creyente que reza.*

*Bastan esos momentos de humilde y solemne sinceridad humana para depurar a la abogacía de todas sus miserias*<sup>23</sup>.

Una buena forma de reivindicar la imagen del abogado sería comenzando por explicitar las normas que nos hemos autoimpuesto como medio para velar por los derechos e intereses de nuestros clientes. Demostrar que la profesión es una herramienta de la sociedad, y que nosotros, como profesionales, estamos en manos de aquellos a los que servimos. La comunidad.

---

<sup>23</sup> CALAMANDREI PIERO. 1956. p.6.

## BIBLIOGRAFÍA

1. ADIMARK. 2000. El Nivel Socio Económico Esomar. Manual de Aplicación. Santiago. Chile. 8 p.
2. ÁLVAREZ UNDURRAGA GABRIEL. 2003. Curso de Investigación Jurídica. Santiago. Chile. Ed. LexisNexis. 388 p.
3. AMERICAN BAR ASSOCIATION. 2012. Model Rules of Professional Conduct. USA. 230 p.
4. ASOCIACIÓN CHILENA DE EMPRESAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO. 2008. Grupos socioeconómicos 2008. Santiago. Chile. 38 p.
5. BRASIL. 1994. Ley N°8.906 sobre el Estatuto de la Abogacía y Orden de Abogados de Brasil. 4 de julio de 1994. 22 p.
6. CALAMANDREI PIERO. 1956. Elogio de los Jueces escrito por un Abogado. Buenos Aires. Argentina. Traducción de Eduardo J. Couture. Ediciones Jurídicas Europa-América. 440 p.
7. CALAMANDREI PIERO. 1960. Demasiados Abogados. Buenos Aires. Argentina. Ediciones Jurídicas Europa-América. 345 p.
8. CHILE. Ministerio de Justicia. 1981. Decreto Ley 3621: Fija normas sobre colegios profesionales. 3 de Febrero de 1981. 3 p.

9. COLEGIO DE ABOGADOS DE URUGUAY. 2003. Código de Ética. Uruguay. 10 p.
10. COLEGIO DE ABOGADOS. 1948a. Código de Ética Profesional. Chile. 10 p.
11. COLEGIO DE ABOGADOS. 1948b. Reglamento para la tramitación de acusaciones o reclamos por infracciones a la ética profesional de los abogados. Chile. 3 p.
12. COLEGIO DE ABOGADOS. 2006. Código de ética profesional de la barra mexicana. México. 10 p.
13. COLEGIO DE ABOGADOS. 2011. Código de Ética Profesional. Santiago. Chile. 38 p.
14. COLEGIO DE ABOGADOS. 2011. Reglamento disciplinario. Santiago. Chile. 11 p.
15. COLEGIO PÚBLICO DE ABOGADOS DE LA CAPITAL FEDERAL. 1987. Código de Ética. Buenos Aires. Argentina. 4 p.
16. COLEGIO Y ÓRDENES DE ABOGADOS DEL MERCOSUR (COADEM). 1997. Código de Ética para la Abogacía del MERCOSUR. Asunción. Paraguay. 7 p.
17. CORTE DE SANTIAGO. 14.4.1988. GJ 94 (1988). 38 p.
18. FEDERACIÓN DE COLEGIO DE ABOGADOS DE VENEZUELA. 1985. Código de Ética Profesional del abogado venezolano. San Cristóbal, Venezuela. 7 p.
19. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS. 2005. CHILE. Ciudades, Pueblos, Aldeas y Caseríos. Santiago. Chile. 300 p.

- 20.** INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS. 2011. Estratificación socioeconómica en encuestas de hogares. Santiago. Chile. 71 p.
- 21.** LEAL V. DANIELLA A. 2008. Clase N° 1: El proceso de construcción de datos en la investigación social: decisiones y problemas de medición. En: Preparación Examen de Grado sección Metodología. Santiago. Chile. 10 p.
- 22.** LEAL V. DANIELLA A. 2008. Clase N° 2: Análisis de datos descriptivos univariados. En: Preparación Examen de Grado sección Metodología. Santiago. Chile. 6 p.
- 23.** LEAL V. DANIELLA A. 2008. Clase N° 3: Tablas de contingencia y gráficos. En: Preparación Examen de Grado sección Metodología. Santiago. Chile. 10 p.
- 24.** LEAL V. DANIELLA A. 2008. Clase N° 4: Introducción a la Estadística Inferencial e Intervalos de Confianza. En: Preparación Examen de Grado sección Metodología. Santiago. Chile. 5 p.
- 25.** LUBAN DAVID & RHODE DEBORAH L. 2004. Legal Ethics. Fourth edition. New York. U.S.A. Foundation Press. 1085 p.
- 26.** MORAGA MANTEROLA FRANCISCO. Clases de Profesión Jurídica. Facultad de Derecho de la Universidad de Chile. Segundo semestre 2009. 54 p.
- 27.** MORALES VALLEJO PEDRO. 2011. Tamaño necesario de la muestra: ¿Cuántos sujetos necesitamos? Madrid. España. Universidad Pontificia Comillas. Facultad de Humanidades. 24 p.
- 28.** PACHECO MAXIMO. 1990. Teoría del Derecho. Cuarta Edición. Santiago. Chile. Editorial Jurídica de Chile. 866 p.
- 29.** REVISTA CAPITAL. 2012. Santiago. Chile. N°331. 50 p.

**30.** UNIÓN IBEROAMERICANA DE COLEGIOS Y AGRUPACIONES DE ABOGADOS (UIBA). Proyecto de Código de Ética Profesional de la Abogacía Iberoamericana. Mar del Plata. Argentina. 1984. 23 p.