

La figura del abogado en la globalización

The role of the lawyer in globalization

Ali Samir Ferreira Madrigal¹

Recibido: 20/11/2020

Aceptado: 20/12/2020

¹ Subdirector de Procedimiento Contencioso Administrativo de la Contraloría de la Fiscalía General del Estado de Michoacán. Licenciado en Derecho y Maestro en Derecho Procesal Constitucional por la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Doctorante en Ciencias Administrativas por el Instituto Iberoamericano de Desarrollo Empresarial. Correo: as.ferreira@inidem.edu.mx

Resumen

El presente trabajo busca ofrecer datos que permitan identificar la figura del abogado en la globalización, al ser un fenómeno que involucra interconexión en todo el mundo con colaboraciones multidisciplinares entre los profesionales y la comercialización de bienes y servicios; el comercio de servicios replantea la figura tradicional del abogado, por lo que la constante preparación y el uso de herramientas permitirán al abogado hacer frente a los nuevos retos globales y aprovechar los beneficios de la globalización.

Palabras clave

Globalización, abogado, servicios,

Abstract

The present work aims to offer data that allow to identify the figure of the lawyer in globalization, as it is a phenomenon that involves interconnection throughout the world with multidisciplinary collaborations between professionals and the commercialization of goods and services; Trade in services rethinks the traditional figure of the lawyer, so constant preparation and the use of tools will allow the lawyer to face new global challenges and take advantage of the benefits of globalization.

Key words

Globalization, lawyer, services.

Planteamiento del problema

En la actualidad la carrera de derecho es una de las más demandadas en México, lo anterior se refleja en los 2168 Reconocimientos de Validez Oficial de Estudios expedidos, por la Secretaria de Educación Pública, lo que significa el mismo número de programas educativos en materia de derecho, sumado a que desde 1946 a julio de 2019, se han expedido 778,125 cédulas profesionales a nivel licenciatura, en relación con dicha carrera (Bretón, 2019); sin contar a las personas que pertenecen a este número de cedulas profesionales ejerzan la carrera de derecho o se dediquen a la abogacía.

Lo anterior ha generado que el mercado para los abogados sea muy competitivo y que la oferta de servicios profesionales se delimite a un territorio y materia del derecho en específico, es decir el negocio que propone un abogado, debe ir más allá de lo conocido, exigiéndose replantear metas y objetivos que comprendan las normas o negocios internacionales.

El abogado, desde su formación universitaria no conoce los alcances o el beneficio que puede extraer de las ramas del derecho en relación con la globalización, como lo son la mercantil, fiscal, civil, laboral o bien el derecho del comercio internacional, mismas que se encuentran enfocadas a las relaciones de negocios, donde es requerida la participación del abogado.

Por otro lado, la globalización representa el intercambio de bienes y servicios, en ese entendido, en materia de comercio exterior, actualmente México cuenta con una red de 13 Tratados de Libre Comercio con 50 países (TLCs), 32 Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI) con 33 países y 9 acuerdos de alcance limitado (Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial) en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) (Economía, 2015).

Pregunta de investigación

¿Cuál es la figura del abogado en la globalización?

Objetivo de investigación

Identificar cual es la figura del abogado en la globalización.

Justificación

La abogacía ha sido una de las profesiones que en el transcurso de la evolución humana, se ha hecho presente; su importancia radica en la conducta de los seres humanos y en los conflictos que se generan en torno a la vida, libertad y propiedad, lo que constituye la línea de acción del abogado, al defender, asesorar y representar a las partes de dicho conflicto (Gómez, 2016).

Como parte de la premisa anterior, el presente trabajo es de interés jurídico y académico, el primero porque son muy pocos los abogados, que identifican la figura, de dicha profesión, dentro de la globalización actual, en sus aspectos económicos y sociales; mientras que el segundo, académico, busca llegar a estudiantes de derecho a fin de ampliar el panorama de la carrera en relación con la globalización, para con ello aprovechar al máximo sus beneficios, en consecuencia, ampliar el panorama laboral para los futuros abogados, además se pretende que con el presente, los estudiantes de otras carreras afines, consoliden sinergias con el objetivo de ofrecer servicios profesionales dentro y fuera del país.

El tema propuesto en el presente proyecto es pertinente, puesto que la globalización es presente en la función de diversas actividades económicas de los países, sin embargo, gran número de abogados desconoce el panorama actual mundial y los beneficios que su figura representa en el plano económico y social de la globalización.

No es algo nuevo el decir que la figura del abogado, se refleja como representante de una de las partes dentro de un conflicto, o bien con una labor preventiva y de negociación previo al conflicto, sin embargo, la globalización adquiere un aspecto importante en los ser-

vicios de los abogados, al introducir nuevos mecanismos de solución de conflictos, instituciones, tecnologías, y culturas.

Marco teórico

Globalización

Los diversos debates, económicos, políticos, sociales, tecnológicos y culturales sobre la definición del concepto de globalización, han formado la peculiaridad, de no ser definido de manera única y uniforme.

Uno de los conceptos que ha creado mayor confusión, es que la globalización ha sido usada como personalidad con capacidad de acción, sin embargo este se debe recordar que no es un sujeto, sino un proceso de desarrollo y evolución; en torno a este concepto y lo que representa se han generado posturas como las neorrealistas y los neoliberalitas, que justifican la globalización como un proceso de evolución, mientras que las posturas estructurales y neomarxistas, apuntan hacia una crítica a los efectos que produce el proceso de globalización (Palomo, 2012).

Al respecto, la confrontación de posturas acarrea la demarcación de límites, cruces y umbrales, por vallas, zanjas y muros, que impiden el proceso de cambio e intercambio (Chul Han, 2012).

El concepto de globalización envuelve la multiplicidad de conexiones y relaciones entre Estados y sociedades, lo que significa que se debe romper con la unidad del Estado nacional y la sociedad nacional, para entrar a un mundo donde se encuentran relaciones de poder, competitividad y conflictos, todo ello entre actores del Estado, unidades u otras identidades (Beck, 2008).

En ese contexto, la globalización será definida por la ciencia que la aplique, ya sea económica, social, tecnológica, entre otras, pero para el caso que nos ocupa, el concepto de globalización, tendrá que ser abordado desde un punto de vista jurídico, es decir, la globalización jurídica.

Las vertientes que sobre globalización han sido planteadas por Boaventura de Sousa Santos y Ulrich Beck, señalan que puede ser

cosmopolita o impuesta, la primera es el producto de las relaciones entre Estados a través de la integración comercial y tiene por objetivo conformar un bloque homogéneo en materia política, social, cultural y jurídico, cabe señalar que en este último ámbito, se ha pretendido unificar el derecho y crear un orden comunitario, sin que hasta el momento se haya realizado; mientras que el segundo, impuesta, es de corte neoliberalita, tiene alto contenido político y las propuestas de desarrollo se encuentran vinculadas a la iniciativa de grandes centros de poder o países, que desde su perspectiva pretenden imponer planes de desarrollo para países periferias (Vásquez, 2009).

La globalización jurídica, trae consigo una revolución en el mundo del derecho, porque tendrá nuevas exigencias y la creación de instituciones capaces de resolverlas, además rompe el esquema de conocimiento, lo común y tradicionalmente conocido por los abogados deja de existir, lo que requiere preparación y estudio constante; la globalización jurídica conforma procesos complejos, con múltiples relaciones y retroalimentaciones entre si y otros sistemas jurídicos del mundo (Grün, 2006).

De tal forma que la globalización del derecho involucra conceptos para abogados egresados de universidades de corte social, que no habían tenido presente, es decir la evolución de los negocios, demandas e instituciones, implican que el abogado mantenga una constante actualización, en temas relacionados con el uso de tecnologías, marketing y explorar otras ramas del derecho que se han dejado de lado, como el derecho ambiental, propiedad intelectual, mercantil, aduanero, laboral, por decir algunos.

La Figura del Abogado en la Globalización

La fisonomía de la profesión del abogado, se forja cuando surgen los estados modernos, ya que se monopolizan los sistemas de solución a los conflictos, dándoles la connotación de institucional y estereotipo mediante reglas generales que limita su actuación conforme a un sistema normativo (De la Maza, 2002).

La literatura jurídica ha posicionado al derecho como arte y tiene como objetivos principales: la bondad y la justicia, mismas que se encuentran de forma dinámica, nunca estática; es aquí donde la exigencia del abogado radica en contemplar, admirar y saber del derecho para patrocinar, dirigir o asesorar a las partes de un conflicto, ante todo, el abogado debe tener amor por la profesión, de modo que pueda hacer frente las adversidades que enfrenta, como: la venalidad de los jueces, consignas políticas, consignas de dinero y en ocasiones el propio cliente (Burgoa, 2016).

Los abogados tienen la tarea de fungir como intermediarios entre el derecho y los destinatarios, de ahí que al pasar por los estudios de la abogacía y relacional su rol en la sociedad, su importante figura radica en la reproducción del sistema o en su mutación, de forma que la figura del abogado se ha identificado como uno de los ejemplos de las profesiones liberales y que a la vez su trabajo se encuentra subordinado a los intereses que representa (Garza, 2020).

Los fenómenos emergentes en las sociedades actuales, replantean la figura tradicional del abogado, porque las nuevas generaciones de abogados, al encontrarse en interacción con otras culturas, trabajar en otros países o tener colegas en otros países, tendrían que considerar las reglas éticas extranjeras y con ello su responsabilidad actual en la sociedad (Tardif, 2010).

La figura del abogado debe comenzar a formar parte de la hablar de la movilidad internacional en la oferta de sus servicios profesionales, en atención a los tratados internacionales de comercio, ya que no solo involucran mercancías, sino que prevén el comercio de servicios, por señalar un ejemplo, en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, que entró en vigor el 1 de enero de 1994, en su capítulo XII, hace mención del comercio transfronterizo de servicios, mismo que se refiere a las medidas que se deben adoptar para el comercio de servicios profesionales en otros países; donde por mencionar un ejemplo, dicho tratado plantea que las partes otorgaran a los prestadores de

servicios un trato similar al que otorga a sus prestadores de servicios (Tratado de Libre Comercio de América del Norte, 1993).

Por su parte, el Tratado entre los Estados Unidos Mexicanos, los Estados Unidos de América y Canadá, tiene por objetivo facilitar el comercio, tanto de mercancías como de servicios a través de la prevención, identificación y eliminación de obstáculos en el comercio, además del mejoramiento de la transparencia y promoción de las mejores prácticas regulatorias; para tales efectos, ha dispuesto en su Capítulo 15, relativo al comercio transfronterizo de servicios, que para el suministro del servicio profesional requiere educación superior especializada o entrenamiento o experiencia equivalentes (Gobierno de México, 2019).

Bajo ese orden de ideas el campo de trabajo para algunos abogados, se ha tornado de carácter local, es decir que se confinan a una o dos ramas del derecho, en un espacio territorial determinado, sin embargo el campo que aún no ha sido explorado, se encuentra en las ramas del derecho, relacionadas con el comercio.

Un ejemplo de la deslocalización, se encuentra con la firma de abogados *Clifford Chance* en Londres, ha decidido confiar en abogados de la India que para realizar tareas jurídicas poco complejas; la deslocalización ofrece ventajas como la reducción de costos, ya que la percepción de un abogado en Londres es mayor que la de un abogado de la India; por otro lado, la eficiencia y gestión de tiempo, al momento que un abogado de la firma en Londres culmina su día laboral, el abogado que se encuentra en la India comienza el día laboral, lo que genera un servicio jurídico constante (Legal Today por y para abogados, 2008).

Caber resaltar que la firma de *Clifford Chance*, actualmente tiene presencia en diversos países, incluidos algunos de Latino América, donde los abogados son bilingües, capaces de comprender la cultura del país, comprenden los distintos paisajes comerciales, legales y regulatorios de la región. Esta firma ofrece a sus clientes asesoramiento sobre transacciones que requieren conocimientos vanguardistas, en relación con proyectos de energía, infraestructura, fusiones, adqui-

siciones y la entrega de estructuras de mercados de capital (Clifford Chance, 2021).

Para el caso mexicano, en el año 2017, la revista Forbes, México, realizó un listado de los 10 principales despachos en México, entre los que destacan:

Tabla 1. Diez principales despachos de abogados en México (2017)

Nombre	Cliente(s) Principal (s)
<i>Baker Mckenzie</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Hotels & resorts Worldwide; • ICAP; • Axtel/Alestra; • Osram Sylvania; • Unilever; • Hines Investments; y • Westrock.
Basham, Ringe y Correa	<ul style="list-style-type: none"> • Crown Holdings, Inc; • British Columbia Investment Management Corporation; • International Cooperation Japanese Bank (Oficina CDMX); • Ongc Videsh Limited, National Oil Company (“NOC”); • Incyte Corporation; y • Ufinet México.
Chávez Vargas Abogados	<ul style="list-style-type: none"> • FOVISSsTE; • Sushi Itto; • Actinver; • financiamiento Asucq; • fhipo – fovissste; • Torre Santa Fe; y • Policía Estatal en Tijuana.

Continúa en la página 10

Viene de la página 9

Nombre	Cliente(s) Principal (s)
Jones Day	<ul style="list-style-type: none"> • Newell Brands; • Fideicomiso del Nuevo Aeropuerto de la Ciudad de México; • Santander, Bancomext, US Bank y otros bancos; • Simsa; • Ventika (Blackstone); • Hard Rock; • Sherwin Williams; y • Grupo México.
Kuri Breña, Sánchez Ugarte y Aznar	<ul style="list-style-type: none"> • ABC Leasing; • Arrenda+; • ARG; • Autlán; • Bitso; y • Vitro.
Mijares Angoitia Cortes y Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> • Delta Airlines; • Becele; • Energética Nova (Ienova); • Gondi; • Organización de Proyectos de Infraestructura (OPI, Subsidiaria de OHL México); • Polmex; y • Transcanada Pipelines.
Ritch, Mueller, Heather y Nicolau	<ul style="list-style-type: none"> • Compradores Iniciales de Bonos de Arcos Dorados; • Santander y GMB; • Barclays Capital, Deutsche Bank Securities y JP Morgan; • BNP Paribas, Credit Agricole, Deutsche Bank y HSBC; • OHL desarrollos; • Sears Holdings; • Morgan Stanley y Credit Agricole; y • Barclays, Morgan Stanley y Nomura Securities.

Continúa en la página 11

Viene de la página 10

Nombre	Cliente(s) Principal (s)
Robles Miaja	<ul style="list-style-type: none"> • Santander; • Investment Securities, Goldman Sachs & Morgan Stanley; • Grupo Aeromexico; • Fondo de Transporte México; • BBVA, Deutsche Securities, Goldman Sachs; y • América Móvil.
Santamarina y Steta	<ul style="list-style-type: none"> • Marriott- Starwood; • Liverpool; • Corporación GEO; • Comercial Mexicana; • Aguas de Rosarito; • Grupo Industrial Saltillo; y • Corporación Interamericana de Inversiones.
Solcargos	<ul style="list-style-type: none"> • Newell Window Furnishings de México; • Microvest Capital Management; y • Trodat GMBH.

Fuente: (Ramírez, 2017)

El abogado en la actualidad debe ser capaz de conocer las ramas del derecho que se relacionan en el ámbito internacional, no solo las de carácter de Derechos Humanos, sino aquellas que le permitan ofrecer sus servicios de asesoramiento y gestión. En ese contexto se desprende la importancia de la relación entre el derecho y el comercio, debido a que toda actividad que realice una empresa o alguna persona se encuentra regulada por una norma (Arroyo, 2017).

La figura del abogado en la globalización, requiere que sea conocedor de las diferentes leyes aplicables en los países donde pretenda desempeñar sus servicios; además debe ser capaz de maniobrar dentro de los procesos de globalización, ya que se necesitan profesionales con visión global y especializados que no formen parte de lo comúnmente conocido; las tendencias actuales demandan el conocimiento de derechos de la web hasta las fronteras del derecho poco exploradas; la mentalidad, el conocimiento y la capacidad para

trabajar en colaboración con profesionales de jurisdicciones distintas, supone un cambio paradigmático en la formación de los abogados (Mallia, 2018).

Al propósito de la formación universitaria del abogado, las universidades en México que ofertan la carrera de derecho, tienen diseñado un plan de estudios dirigido a la enseñanza práctica del derecho, sin incluir materias que desarrollen la competitividad empresarial de los abogados, captar y mantener clientes (Carmona, 2012).

Derivado de las competencias y habilidades que necesita conocer el futuro abogado en su formación universitaria, algunos programas de licenciatura y posgrados en México, han apostado por la movilidad e intercambio estudiantil, a fin de que eventualmente se acoplen al entorno global, con conocimientos adecuados a la realidad (Tardif, 2010).

Una de las herramientas indispensables para que un abogado sea competitivo y que de igual forma debe ser incluida en la formación universitaria es el Marketing jurídico, ya que permite dar a conocer la figura del abogado y los servicios que oferta, con una mayor amplitud de personas.

Para la aplicación del marketing jurídico se debe tomar en cuenta la cultura de cada país, por decir un ejemplo, Estados Unidos es un país basado en el consumo y es común la masificación de anuncios o comerciales de abogados, a comparación de México donde no es común ver marketing de abogados, se ajusta más a la publicidad por recomendación (Arrollo, 2011).

Entonces, el marketing jurídico se define como el “arte y la disciplina (integrado por principios, estrategias, actividades, etc.) que se orienta a satisfacer las necesidades de los consumidores de servicios legales y entregar valor a los mismos. Así como elevar la rentabilidad de la empresa jurídica, y/o alcanzar fines e ideales políticos y sociales (Grández, 2015).

Aunado a lo anterior, el planteamiento estratégico del marketing, es la herramienta que aporta proyección para alcanzar los objetivos planteados por la organización, en ese entendido, el marketing jurí-

dico en su aspecto estratégico constituye una filosofía que visualiza el universo que ha generado el consumidor y se basa en la misión, visión, objetivos estratégicos, el análisis tanto interno como externo y la selección de valor para el consumidor, además se busca que el despacho jurídico tenga una identidad a través de la que sus empleados o su personal se sienta identificado al compartir los mismos valores, misión y visión institucional (Grández, 2015).

Algunas funciones del marketing jurídico son:

Tabla 2. Funciones del marketing jurídico

<p>I. Análisis de objetivos corporativos y estratégicos</p>	<p>II. Detección de necesidades como medidas preventivas para reaccionar oportunamente en el mercado ante acciones de la competencia.</p>
<p>III. Selección, análisis, propuesta y definición del valor, así como de la mezcla de marketing.</p>	<p>IV. Identificación y análisis de las ventajas competitivas como el posicionamiento de la firma, innovación de los servicios e identificación de nuevas oportunidades.</p>

Fuente: (Grández, 2015)

En ese sentido, algunas de las estrategias existentes para alcanzar los objetivos planteados por la empresa son:

Tabla 3. Estrategias de marketing jurídico

Estrategia de cartera	Estrategia de posicionamiento
Se basa en el análisis del mercado y de los servicios con los que se opera, con el objetivo de generar formulas y/o combinaciones de operatividad y desarrollo.	Se centra en las cualidades y beneficios de la organización jurídica, como el liderazgo, antigüedad, experiencia, estilo, variedad de servicios, rapidez, prestigio, etc.
Estrategia de segmentación	Estrategia de mezcla de marketing
Concentra la prestación de un solo servicio en el mercado, por lo que genera experiencia y especialización para la competitividad.	Se produce a través de la mejora del servicio de atención al cliente.

Fuente: (Grández, 2015)

Postulado

Mientras el abogado se encuentre en constante preparación y actualice sus servicios, más clara será su figura en la globalización.

Propuesta metodológica

La investigación propone una metodología mixta, la cual implica un proceso de recolección, análisis y vinculación de datos cualitativos y cuantitativos en un mismo estudio o en una serie de investigaciones para responder la problemática planteada, ya que parte de combinación de realidades objetivas y subjetivas en la investigación (Hernández, 2010)

La unidad de análisis de la presente investigación será la actual figura del abogado en ejercicio libre de la profesión, en el Estado de Michoacán; en ese sentido, la metodología elegida para el tema que se propone, es necesaria debido a que se abordará y analizará con aportes multidisciplinarios, allegándose del conocimiento cualitativo y

cuantitativo de otras áreas de la ciencia, cabe señalar que la presente investigación partirá de un método inductivo y será descriptiva.

Los retos teóricos y metodológicos que se tienen de frente para el desarrollo del tema propuesto, se concentran en la falta de literatura formal en el ámbito, por lo que, las conclusiones a las que se llegaran serán soportadas y fundamentadas en las investigaciones documentales y conocimiento empírico del tema tratado, las primeras se obtendrán de fuentes bibliográficas, hemerográficas y legales; mientras que las segundas se harán consistir en las experiencias que en relación al tema se concentren en el trabajo de tesis propuesto.

Conclusión

La presente investigación parte de la problemática de saber cuál es la figura del abogado en la globalización, cuyo objetivo es identificar dicha figura en la globalización y se usa como posible respuesta que tal figura depende de la actualización del propio abogado y sus servicios.

En ese entendido se analiza brevemente lo que involucra el concepto de globalización, algunas de las formas de entenderla y de cierta manera la relación que tiene con el trabajo de los abogados, ya que es un fenómeno de la realidad actual que envuelve interconexión en todo el mundo con colaboraciones multidisciplinarias entre los profesionistas y la comercialización de bienes y servicios.

En consecuencia, la globalización jurídica, involucra diversos aspectos como sociales, económicos y políticos, para la creación de instituciones capaces de solucionar los conflictos requeridos en la globalización, algunos autores han tratado el tema a fin de examinar la viabilidad de un derecho común, para la protección de derechos del estado frente a su sociedad, pero la interrogante indeterminada ha sido la figura del abogado en esta globalización del derecho.

La figura del abogado en la globalización, se representa a través de su labor en otros países o prestando sus servicios para grandes firmas de otros países, lo que deja de lado la formación y postura tradicional del bogado, exigiéndole mayor preparación, conocimiento y comprensión

de culturas extranjeras, para hacer frente a los retos globales; como se observó dentro de la presente investigación, el común denominador de las firmas más reconocidas de abogados con presencia en México, es la especialización en derecho bursátil, derecho bancario, fusiones y adquisiciones; por último, el uso de marketing y de herramientas digitales, aportaran a que la figura del abogado en la globalización adquiriera mayor presencia en las ventajas que el profesionista pueda obtener.

Referencias

- Arrollo, G. C. (2011). Marketing jurídico. *Amicus Curiae*, 1-9.
- Arroyo, C. J. (2017). La influencia del derecho y sus ramas en el mundo de los negocios de empresas latinoamericanas. *Contabilidad y Negocios*.
- Beck, U. (2008). *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Barcelona: Paidós.
- Bretón, J. A. (12 de julio de 2019). *La abogacía mexicana en números*. Obtenido de E-Consulta: <https://www.e-consulta.com/opinion/2019-07-12/la-abogacia-mexicana-en-numeros>
- Burgoa, I. (2016). *El jurista y el simulador del derecho*. México: Porrúa.
- Carmona, M. A. (2012). Un despacho de abogados es una empresa. En A. E.-C. General, *Claves del día a día en un despacho de abogados* (págs. 9-11). Madrid: E-book-Gestión y coaching.
- Chul Han, B. (2012). *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder.
- Clifford Chance. (23 de 12 de 2021). *Americas A high quality, multi-practice US team*. Obtenido de Clifford Chance: https://www.cliffordchance.com/people_and_places/places/americas.html
- De la Maza, G. I. (2002). Los abogados en Chile: desde el Estado al mercado. *Colección Informes de Investigación*, 191-216.
- Economía, S. d. (10 de 05 de 2015). *Acciones y Programas*. Obtenido de Comercio Exterior, Países con Tratados y Acuerdos firmados con México: <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-paises-con-tratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico?state=published>
- Garza, O. J. (2020). *“Entre abogados te veas”*. *Aproximación multidisciplinar en torno a la figura del abogado y análisis iusfilosófico sobre su proyección en la teoría del derecho contemporánea*. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM.
- Gobierno de México. (03 de junio de 2019). *T-MEC*. Obtenido de Acciones y Programas: <https://www.gob.mx/t-mec/acciones-y-programas/textos-finales-del-tratado-entre-mexico-estados-unidos-y-canada-t-mec-202730?state=published>
- Gómez, O. Á. (2016). El ejercicio de la abogacía. En E. C. Nieto, *Pasos hacia una revolución en la enseñanza del derecho en el sistema romano-germánico* (págs. 261-278). México: Universidad Nacional Autónoma de México.

- Grández, S. E. (2015). El marketing jurídico como disciplina estratégica para la abogacía. *DECIR: Revista de la Facultad de Derecho, Ciencia Política y Relaciones Internacionales*, 105-128.
- Grün, E. (2006). Las globalizaciones jurídicas. *Revista facultad de derecho y ciencias políticas*, 323-339.
- Hernández, S. R. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGrawhill.
- Legal Today por y para abogados. (9 de octubre de 2008). *Ojo, los abogados no son inmunes a la globalización*. Obtenido de Portal jurídico de Thomson Reuters, por y para abogados: <https://www.legaltoday.com/gestion-del-despacho/estrategia/ojo-los-abogados-no-son-inmunes-a-la-globalizacion-2008-10-09/#>
- Mallia, M. (14 de junio de 2018). *GLOBALIZACIÓN Y ABOGACÍA: UNA ADAPTACIÓN NECESARIA*. Obtenido de Universitas Miguel Hernández: <http://masterabogacia-umh-icae.edu.umh.es/2018/06/14/2149/>
- Palomo, G. A. (2012). Apuntes teóricos para el estudio de la Globalización desde la perspectiva de las Relaciones Internacionales. *CONfinés de relaciones internacionales y ciencia política*, 69-109.
- Ramírez, T. Z. (19 de junio de 2017). *Los 10 principales despachos de abogados en México y sus casos*. Obtenido de Forbes México: <https://www.forbes.com.mx/los-10-principales-despachos-de-abogados-en-mexico-y-sus-casos/>
- Tardif, C. E. (2010). Revalorizando la figura del abogado: aportaciones del derecho internacional y del derecho comparado. *Revista de la Facultad de Derecho de México*, 205-209.
- Tratado de Libre Comercio de América del Norte. (20 de diciembre de 1993). *Tratado de Libre Comercio de América del Norte*. Obtenido de Marco Normativo CNDH: <https://www.cndh.org.mx/DocTR/2016/JUR/A70/01/JUR-20170331-II01.pdf>
- Vásquez, V. F. (2009). Impacto de la globalización en el mundo jurídico. *Opinión Jurídica*, 17-25.