

COMUNICACIÓN
EXTERNA E INTERNA
DE LA ABOGACÍA





El Covid-19 aumenta el interés por las noticias de la web y las redes de la Abogacía, en el año de la transición digital de la revista

El año de la pandemia se caracterizó para la actividad comunicativa del Consejo por un espectacular aumento de las visitas a la página web, el tiempo medio de éstas y los seguidores e interacciones en las redes sociales. La información generada en relación con la crisis sanitaria despertó un gran interés que se tradujo en las cifras de uso más altas de la historia. Este fue también el año en el que la revista Abogacía pasó de editarse en papel a hacerlo en formato íntegramente online.

Además, el departamento elaboró más de 100 notas de prensa, entre comunicados y convocatorias. Este año, las ruedas de prensa y demás actos presenciales apenas pudieron celebrarse debido a las restricciones sanitarias.

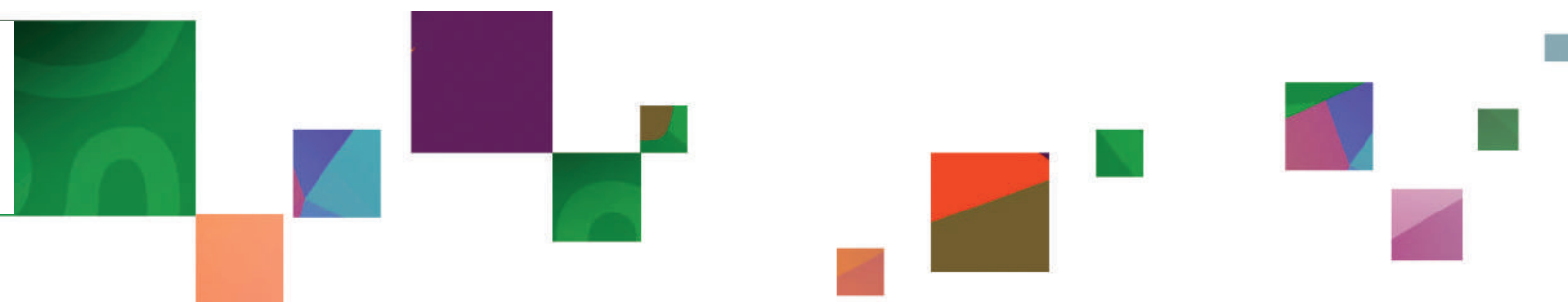
La actividad generada en medios de comunicación se ha contabilizado en 10.035 noticias en prensa escrita, digital, de radio y de televisión, una cifra algo más elevada que el año anterior (9.652). Junto con la información relacionada con el Covid-19 y las acciones del Consejo en éste sentido, los temas que generaron

más interés fueron los relacionados con el Turno de Oficio y la Justicia Gratuita, las elecciones a la presidencia del Consejo y la convocatoria de los I Premios Igualdad.

Al igual que en años anteriores, la presidenta del Consejo General de la Abogacía, Victoria Ortega, también ha sido protagonista en los medios de comunicación, bien por los comunicados de prensa, bien por pronunciamientos sobre temas concretos, artículos, declaraciones o entrevistas. Así, concedió una entrevista en directo al programa de la 1 de TVE "Especial Coronavirus" sobre la reactivación judicial y también fue entrevistada por los diarios El Mundo, Expansión, Cinco Días, Diario 16, Diario Palentino, Diario Montañés, Informativo Jurídico, Iberian Lawyer, OK Diario y la revista Registradores.

También escribió artículos de opinión para ABC, Expansión, Diario de Burgos, El Jurista, Legal Today, Otrosí, la revista del Colegio de Abogados de Madrid, Economist & Iuris, la revista de la Mutualidad de la Abogacía, la revista Encuentros Multidisciplinares, la revista de Registradores, la de la Universidad de Almería, The Diplomat In Spain, y Confilegal.

Además, el Departamento de Comunicación atendió en 2020 más de 500 peticiones de medios para obtener declaraciones personalizadas de consejeros y abogados en temas concretos, además de informaciones y opiniones sobre numerosos temas.



Redes Sociales: la pandemia dispara su uso en un año marcado por la hiperconectividad

2020, un año marcado por la pandemia de la Covid-19, cierra con un crecimiento significativo del uso de las redes sociales, motivado por el confinamiento, el trabajo online y por las restricciones de movilidad que han afectado a toda la población.

Respecto a las redes sociales del Consejo General de la Abogacía destaca el potencial crecimiento del perfil de LinkedIn con más de 11.125 seguidores nuevos este año, se ha llegado a más de 38.000 seguidores. En Twitter se han alcanzado los 70.000 seguidores y se han superado los 10.000 seguidores en Instagram. Además, continuó el crecimiento del resto de cuentas sociales del Consejo.

Más de 70.000 seguidores en Twitter Abogacía

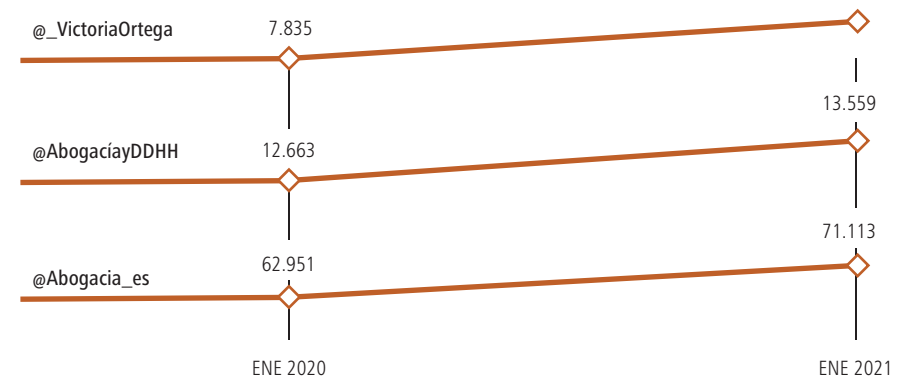
Twitter sigue siendo la red social en la que el Consejo General de la Abogacía tiene más seguidores. Si hay algo reseñable de 2020 es que, los meses de confinamiento, hubo un mayor impacto de impresiones, superando el millón y medio de impresiones en los meses de marzo, abril y mayo.

En cuanto al crecimiento de la cuenta, los meses de marzo (nuevos seguidores 1.113), abril (nuevos seguidores 1.700) y mayo (nuevos seguidores 1.102) fue mayor al resto de meses y de años anteriores. La media mensual durante el 2020 ha sido de 680 seguidores. A finales de año **la cuenta de Abogacía en Twitter sumaba casi 71.113 seguidores, más de 8.000 más que a finales de 2019, lo que supone un crecimiento del 12.9%.**

Al igual que ocurrió en 2018 y 2019, entre todas las cuentas de Twitter destaca especialmente el crecimiento de **la cuenta de la presidenta (@_OrtegaVictoria)**, que **ha aumentado un 22% a lo largo de 2020** (al finalizar 2019 tenía 7.835 seguidores, cifra que ha aumentado a 9.576 seguidores el 31 de diciembre

de 2020). La cuenta de **la Fundación (@AbogaciayDDHH)** superó en 2020 los 13.500 seguidores, **creciendo un 7,2%** (ha pasado de 12.653 seguidores al finalizar 2019 a 13.559 al terminar 2020).

Evolución cuentas Twitter



Nuestras otras redes: Facebook, Intagram, Youtube y LinkedIn siguen creciendo

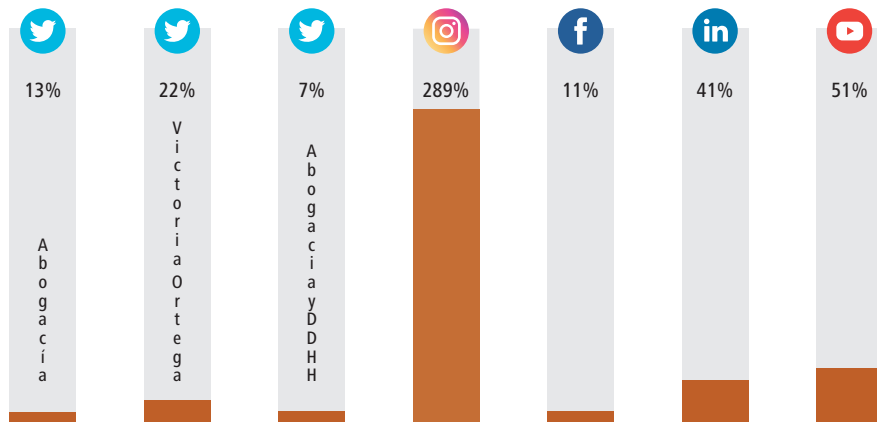
Una de las cuentas que más ha crecido proporcionalmente durante 2020 ha sido el perfil de LinkedIn del Consejo General de la Abogacía, además, como es lógico, la mayoría de nuestros seguidores en la red social profesional por excelencia están relacionados de distintas formas con el ámbito jurídico. La cuenta **ha crecido un 40,7% a lo largo del último año** (al finalizar 2019 tenía 27.312 seguidores, cifra que ha aumentado a 38.437 el 31 de diciembre de 2020). En esta red social tenemos mayor margen de crecimiento de cara a los próximos años.

En 2019 abrimos el perfil de **Instagram** del Consejo General de la Abogacía con motivo del XII Congreso Nacional de la Abogacía, celebrado en Valladolid, y la cuenta tuvo una buena acogida y se decidió continuar con ella en 2020. **Ha sido este año**

en el que se ha afianzado la comunicación en este canal y el que nos permite contar de manera más dinámica y visual nuestras comunicaciones. El crecimiento se ha visto motivado por la pandemia, y la novedad del perfil, **superando los 10.000 seguidores en noviembre de 2020**. Además, pese a ser más reciente que muchas cuentas de Colegios de Abogados en Instagram, la cuenta del Consejo las supera en número de seguidores, al igual que a la cuenta del Ministerio de Justicia. En Instagram **han crecido un 288,5%** terminando el año con 10.567 seguidores.

Al mismo tiempo, la página de **Facebook** -la red social más seguida en España-, crece lentamente. La cuenta **ha crecido casi un 11% a lo largo del último año** (al finalizar 2019 tenía 21.181 fans, cifra que ha aumentado a 23.471 el 31 de diciembre de 2020). Por otro lado, el canal de **Youtube** tenía 2839 suscriptores al finalizar 2020, un **50,8% más que al terminar 2019** (957 suscriptores nuevos). Y es que el contenido audiovisual sigue siendo una parte fundamental en la estrategia de comunicación del Consejo General de la Abogacía.

Aumento de seguidores en redes sociales



Primeras inversiones en Social Ads

Durante 2020 y con motivo del Covid y la falta de eventos presenciales, desde los perfiles de Twitter, Facebook, Instagram y YouTube **hemos lanzado diferentes campañas publicitarias con el objetivo de llegar a los abogados y reforzar la marca Abogacía Española** en los distintos canales. Para ello, se han llevado a cabo distintas acciones como la del Día de la Justicia Gratuita o ayudas Covid, entre otras.

Estas campañas han permitido segmentar la audiencia y llegar al público objetivo. Entre sus ventajas, se ha encontrado que hemos podido impactar a usuarios que han mostrado interés en los perfiles sociales del Consejo General de la Abogacía, teniendo la posibilidad de impactar a usuarios de abogacía.es.

¿Qué compartimos en redes sociales?

En los canales de Twitter del Consejo General de la Abogacía se difunde el trabajo de la Abogacía Institucional y la actualidad jurídica más relevante: las actividades del Consejo, de su presidenta y de los Colegios de Abogados; entrevistas de todos aquellos que tengan algo que aportar a la Justicia; sentencias; las principales reivindicaciones de la Abogacía –como las críticas a determinados proyectos legislativos-; y, por supuesto, la defensa de los derechos humanos.

En Facebook los temas principales se refieren a la actualidad del Consejo –noticias, jornadas, artículos de blogs...-, pero también compartimos contenidos más lúdicos, como películas o libros. Todo, relacionado con los abogados y el ejercicio de esta profesión. Por su parte, en LinkedIn los contenidos mayoritarios son cursos de formación y las noticias relativas a la actividad profesional de la abogacía.

Respecto a los contenidos con más éxito en Twitter, suelen coincidir con aquellos más reivindicativos y sociales (justicia gratuita y Turno de Oficio, violencia de género, defensa del derecho de defensa). Estos temas también gustan mucho cuando se comparten en Facebook, red en la que –junto a LinkedIn- tienen mu-

cho éxito los asuntos relacionados con formación (cursos, jornadas...). Además, en Facebook los contenidos de los blogs del Consejo suelen gustar bastante entre nuestros seguidores.

En Youtube, al igual que en 2018, los vídeos con más éxito tienen un contenido social. El vídeo más visto fue 'Congreso de Valladolid – Clausura Leo Harlem', 'Taller Primer Juicio Simulado', seguido por 'Declaración de los Derechos del Niño' (los mismos que en 2019). Además, entre los diez vídeos más populares hay cuatro relacionados con la solicitud de Justicia Gratuita.

Por su parte en Instagram, las publicaciones con un mayor alcance y likes fueron las relativas a Turno de Oficio, actos de la presidenta y contenidos interactivos.

abogacia.es: aumento exponencial de usuarios en el primer año del nuevo portal de servicios

En el primer año del nuevo Portal de Servicios abogacia.es obtuvo **casi 6 millones de visitas**, procedentes de casi tres millones de usuarios que consumieron cerca de diez millones de páginas. La razón: la crisis sanitaria provocada por el coronavirus. Las informaciones publicadas a este respecto en la página web generaron tanto interés que aumentaron de forma espectacular las visitas y las visualizaciones de páginas.

Concretamente, el periodo de mayor consumo informativo se produjo entre los meses de marzo y junio y muy especialmente vinculado a las noticias que se fueron generando con motivo del estado de alarma. El día de mayor consumo informativo fue **el 18 de marzo con un pico de 46.739 sesiones**.

En general, el consumo informativo experimentó un importante incremento, especialmente en los meses de confinamiento, siendo las noticias más visitadas la del

17 de marzo "El Gobierno aprueba nuevas medidas económicas contra el coronavirus que no satisfacen a los autónomos" con 115.248 páginas vistas; "Custodia compartida y régimen de visitas durante la crisis generada por el Covid-19" con 73.415; "Reinicio de plazos procesales suspendidos y procedimientos especiales para reactivar la Justicia tras el estado de alarma" con 60.023.

A lo largo de 2020 se crearon varios especiales vinculados a la actualidad informativa. Con el objetivo de apoyar a los abogados y abogadas durante el confinamiento se lanzó un espacio informativo donde se publicaron diariamente noticias, entrevistas y artículos de expertos relacionado con la pandemia y la profesión, blogs, carta de la presidenta, especial Revista Abogacía, recursos formativos online para facilitar la formación durante el confinamiento y diversa bibliografía.

La fuente que trae más sesiones a nuestro portal es con diferencia **Google (63%)**. El tráfico procedente de redes sociales supuso el 5,7%.

En cuanto al perfil de usuario, es mayor el número de mujeres con el 58,3% del tráfico. La franja de edad con mayor presencia fue la de 45-54 que representó el 43,6%

El navegador más utilizado con diferencia fue Chrome con el 60% del tráfico.

Como Portal de Servicios son los accesos a herramientas como el **Censo de Letrados** (797.500 páginas vistas), **Correo Abogacía** (539.000) o el acceso a **Lexnet Justicia** (1.111.000), los que reciben más visitas.

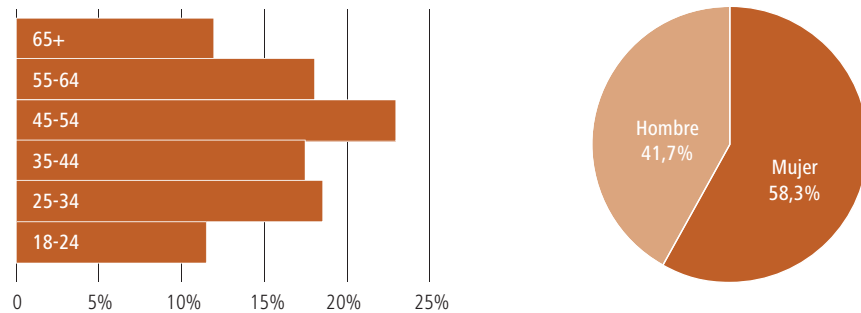
En cuanto a evolutivos de la web, en 2020 se apostó por un nuevo tipo de contenido de audio siguiendo las últimas tendencias: los podcast. Al respecto, se creó una nueva sección llamada **"Podcast Abogacía"** a través de un plugin de publicación que permite la propagación de su contenido y la integración con las suscripciones de agregadores como Spotify, iVoox, Google Podcast o Apple Podcast. Para la difusión de la nueva sección se diseñó una identidad de sección con imágenes e iconografía, se diseñaron banners, imágenes de redes sociales y de anuncio para la revista.

En la sección de la Delegación de Bruselas también se produjeron cambios y se introdujeron nuevos contenidos vinculados a los proyectos europeos en los que trabajamos la Abogacía junto con otras instituciones.

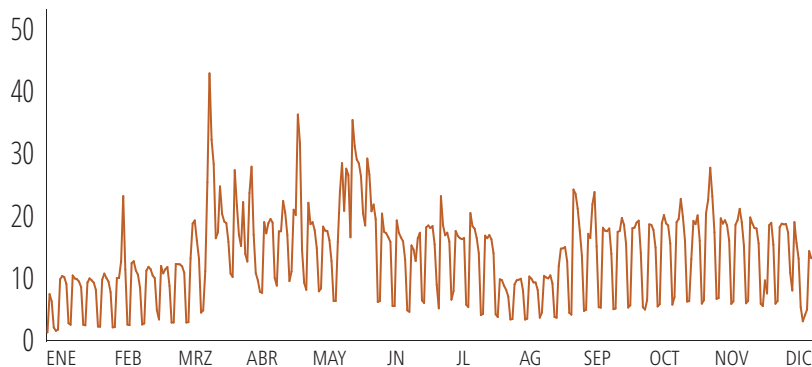
También se instaló un plugin de traducción automática a las lenguas oficiales de España.

Durante 2020, se realizó un seguimiento continuo de la evolución del tráfico web a través de la herramienta de Google Analytics.

Distribución de seguidores por edad y por sexo
Enero-diciembre 2020



Sesiones enero-diciembre 2020



Newsletters, rediseño y aumento de usuarios

Con el nuevo Portal de Servicios y el cambio a un diseño más acorde con las nuevas tendencias, se rediseñaron también los newsletters.

En 2020 contamos con **9 newsletters diferentes** (diarios, semanales, quincenales y mensuales).

Se realizaron **920 envíos** desde el gestor.

NEWSLETTER	
RedAbogacía	68.682
Abogacía	16.068
Abogacía y DDHH	480
Internacional	5.185
Legislación semanal	5.491
Titulares del día	4.252
Legislación diaria	3.538
Europa al día	1.907
Europa en breve	6.663

- Más de **16.000 usuarios están suscritos a la newsletter de Abogacía**. Artículos de expertos sobre temas de interés profesional, sentencias comentadas, entrevistas y noticias jurídicas de interés, es decir la actualidad del mundo de la Abogacía, cada 15 días, a un golpe de clic. La suscripción es gratuita para todos los interesados y se puede hacer a través de la página web del Consejo.

- › Ha seguido creciendo la newsletter tecnológica, **RedNews**, que con carácter mensual, mantiene la calidad de sus contenidos, de interés para todo aquel que quiera estar conectado con lo último en tecnología, y que también ha incorporado artículos prácticos sobre el buen uso de las tecnologías del día a día. Esta newsletter cuenta con **más de 68.682 suscriptores**.
- › Por su parte, el newsletter **Europa en Breve** registró en 2020 **6.663 suscripciones**. Sigue siendo la principal fuente de información, y la más actualizada, dada su periodicidad semanal, respecto al Derecho europeo en español.
- › El newsletter **Europa al día superó el millar de suscripciones**.
- › Además, en 2020 también se enviaron diariamente los **titulares** más relevantes a unos **4.252 suscriptores**.
- › La **Legislación diaria** contó con **3.538 suscripciones** y **Legislación Semanal** con **5.491**. Permiten a los usuarios estar al día de los cambios legislativos.

Por otra parte, el cambio de plataforma de envío a Sendinblue permitió poner en marcha acciones de mail marketing puntuales dentro de las campañas puestas en marcha por el Consejo.

El Blog de Victoria Ortega

El Blog de Victoria Ortega arrancó al día siguiente de su toma de posesión como presidenta del Consejo General de la Abogacía en 2015. A lo largo del año pasado

se publicaron 11 entradas, en las que se abordaron diversos temas, entre ellos la violencia de género, la conciliación, la igualdad, el Día de la Justicia Gratuita y del Turno de Oficio, y por supuesto las consecuencias de la pandemia y la contribución de la Abogacía para superar la crisis.

Victoria Ortega define este blog como un espacio de reflexión abierto a los comentarios, preocupaciones y propuestas de todos, un canal más para escuchar a los abogados y a la sociedad en general. En este sentido, sigue la línea abierta por su predecesor, cuyo blog se convirtió en un vehículo para transmitir sus preocupaciones, pero también para mantener un contacto más cercano con colegiados y ciudadanos.

Blogs para todos

Además del blog de la presidenta, quienes visitan la página web del Consejo General de la Abogacía pueden encontrar blogs para todos los intereses. Sobre tecnologías, como el Blog de Innovación Legal y 'No sin móvil'; blogs dependientes de distintas subcomisiones, como el Blog de Derecho Penitenciario, el de Extranjería, el de Igualdad y Violencia de Género y el de Prevención del Blanqueo de Capitales; blogs pensados para la gestión del día a día del despacho, como los blogs de Comunicación y Marketing Jurídicos y de Gestión y Coaching; y blogs relacionados con el Derecho Ambiental, el Derecho de los Animales y los Derecho(s) de los Consumidores. En total, entre todos los blogs, se publicaron 165 artículos.



Revista “Abogacía Española”: el año de la transformación del papel al digital

En 2020 vieron la luz seis números de “Abogacía Española”, pero en esta ocasión, por primera vez en su historia, la publicación se realizó **de manera íntegra en formato digital**. Esta nueva manera de presentar los contenidos de la revista permite una mayor interactividad, ya que todas sus **páginas están enriquecidas** con elementos como galerías de imágenes, vídeos, enlaces, textos ampliados... y al mismo tiempo también están en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, con el objetivo de “papel cero” y el ahorro en huella de carbono al eliminar la distribución física.

Gracias al formato digital también se ha multiplicado la posibilidad de llegar a más público, ya que los lectores tendrán disponible cada nuevo número de la revista en cualquier dispositivo electrónico y además, la difusión por otros canales como por ejemplo las redes sociales, será mucho más fácil y viralizable, ampliando el potencial de personas que pueden ver un contenido que les resulte de interés.

En cuanto al diseño, la edición digital permite un **mayor protagonismo de las imágenes** y la posibilidad de añadir efectos, elementos móviles y recursos estéticos que hacen todavía más atractivos los contenidos, que siguen siendo de la máxima calidad con **colaboraciones de alto nivel**. Permite también formatos de publicidad mucho más interactivos y versátiles para los anunciantes.

Además se creó el diseño y la maquetación de una plantilla de newsletter dirigido a más de 145.000 suscriptores que se envía cada vez que se publica un nuevo número de la revista.

Para la difusión, especialmente en el periodo de cambio, desde el área de Marketing se produjo un vídeo promocional, banners e imágenes para redes sociales. Además se envió un email a los suscriptores informando de las ventajas del nuevo formato.

Este año los seis números estuvieron protagonizados por dos temas principales: como no podía ser de otra manera, la pandemia y sus consecuencias y el Turno de Oficio, que fue el tema de portada del primer número.



NÚMERO 120

“Es nuestro Turno. Los abogados de oficio dignifican el derecho universal a la defensa”

La Abogacía de oficio y la Justicia Gratuita fueron los protagonistas de éste primer número, que contó con un artículo de Manuel Marchena, un reportaje sobre el día a día de una abogada de oficio y una visión desde Europa de estos profesionales, entre otros contenidos destacados.



NÚMERO 121

“El Covid-19 pone en cuarentena a la Justicia”

La llegada de la pandemia supuso también un vuelco en los contenidos de la revista. El número 121 aborda la crisis del coronavirus y su incidencia en el mundo de la Justicia y la Abogacía, con análisis y artículos de opinión para ofrecer un panorama completo de lo que se ha hecho y lo que queda por hacer para volver a la normalidad tras la crisis sanitaria.



NÚMERO 122

“La Justicia tras la pandemia. Los juzgados recuperan el pulso”

La reactivación de la actividad judicial una vez superada la fase más dura de la pandemia fue la protagonista de la revista 122, donde se realiza un repaso por la Justicia tras el confinamiento. Abogados y abogadas de toda España cuentan sus primeras experiencias tras la reactivación, tanto en los procedimientos tradicionales como en nuevos formatos digitales.



NÚMERO 123

“Convivir con el Covid, Juzgados y Abogacía se adaptan a las limitaciones de la pandemia”

La persistencia de la alarma sanitaria hizo que un número más la pandemia protagonizara un nuevo número de la revista. En él se analiza cómo la crisis sanitaria y económica impactó de forma muy directa en el mundo del Derecho y en distintos ámbitos de la profesión, con artículos de opinión y análisis sobre una realidad incómoda que ha obligado a alterar el paisaje de juzgados y tribunales y que ha forzado a las Administraciones a tomar medidas inéditas cuya legalidad muchas veces es cuestionada



NÚMERO 124

“Solidaridad, tecnología y formación frente al Covid-19”

El número 124 explora las respuestas de la profesión a la crisis sanitaria producida por el Covid-19, desde una triple perspectiva: solidaridad, tecnología y formación. La situación presente y, sobre todo, cómo mejorar en el futuro articulan este número, que aborda, mediante diversas informaciones y artículos de opinión, soluciones en esas tres áreas.



NÚMERO 125

“Salud para todos en el corazón de los Derechos Humanos”

El último número del año se centra en la XXII edición de los Premios Derechos Humanos de la Abogacía y en el VII Congreso de Derechos Humanos de la Abogacía que, en esta ocasión, tuvieron como eje conductor la defensa el acceso a la salud universal. Destaca además la presentación del Decálogo para la protección de los Derechos Humanos en pandemias, coordinado por Francisca Sauquillo, donde se analizan los principales derechos afectados durante la pandemia del Covid-19

Actividad del Departamento de Marketing en 2020

Portal de Transparencia

En 2020 se publicó dentro de abogacia.es el nuevo Portal de Transparencia.

Se hizo un análisis previo de las carencias y de buenas prácticas en esta materia y se diseñó un nuevo microsite que obtuvo en un informe emitido por el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno un índice total de cumplimiento “muy elevado con un 89,52 %” de porcentaje de cumplimiento normativo y de transparencia.

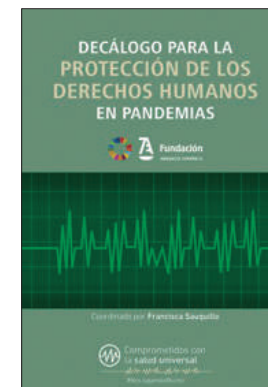
justiciagratis.es

Se decidió trasladar los contenidos de este portal a abogacia.es. Al respecto se creó una ficha de servicio y se programó una calculadora que comprueba –de forma no vinculante– los requisitos para ser beneficiario de justicia gratuita. Incluye además preguntas frecuentes, vídeos y otros recursos de ayuda para el ciudadano en esta materia.

Publicaciones

Durante 2020 se diseñaron y maquetaron diversas publicaciones tanto en formato digital como impreso. Además se produjeron diversos materiales para su difusión como banners, página de publicación o imágenes para redes sociales.

Entre las publicaciones que se lanzaron están:



[La respuesta legal e institucional al COVID19](#)

Manual para abogados y abogadas. Un completo manual online para abogados y abogadas donde se analizan las consecuencias producidas en las diferentes facetas del mundo jurídico por la declaración del estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, publicado en Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo.

[Guía de Protección de la Abogacía Española ante COVID 19](#)

Publicación online con dos secciones diferenciadas.

Sección Guía Práctica: Apunta una serie de consejos prácticos para la desescalada laboral, en asuntos como el transporte de los empleados, el protocolo de actuación en el trabajo tanto entre trabajadores como con los clientes o visitas externas, la limpieza, qué hacer ante posibles infecciones o cuestiones sobre ciberseguridad.

Sección Guía Normativa: trata sobre asuntos normativos como cuestiones procesales –plazos, notificaciones–; fiscales y tributarias; laborales –con especial atención al trabajo a distancia–; temas de extranjería; un capítulo dedicado a los autónomos y mutualistas; cuestiones relativas a violencia de género, extranjería, derecho penitenciario, asistencias a detenidos o arrendamientos de despachos.

Código Deontológico

En colaboración con la editorial Tirant lo Blanch se imprimieron y distribuyeron por los Colegios de la Abogacía de toda España más de 77.000 unidades. Se diseñaron portadas personalizadas por Colegio. Se tradujeron a los idiomas oficiales y creó una versión online de cada una de ellas.

Decálogo para la Protección de los Derechos Humanos en Pandemias

En el marco de las acciones de promoción del VII Congreso de Derechos Humanos de la Fundación Abogacía, se diseñó y maquetó el “Decálogo de la Abogacía Española para la protección de los derechos humanos en pandemias”, un documento elaborado por un panel de expertos compuesto por figuras académicas, del derecho y de organizaciones de la sociedad civil, que analizan aspectos como la regulación legal de la gestión de pandemias, la protección de grupos vulnerables, el acceso a medicamentos y vacunas, las características del modelo sanitario, el uso de tecnología, el derecho a la información y la libertad de expresión o la cooperación internacional y la protección del medioambiente.

El decálogo además fue traducido y maquetado al inglés y francés.

Ayudas COVID y Plan de Recursos Digitales de la Abogacía

Desde el 22 de julio y hasta el 22 de agosto los colegiados y colegiadas ejercientes que se vieron perjudicados con motivo de la pandemia Covid-19 y el estado de alarma acordado por el Real Decreto 463/2020 pudieron solicitar la concesión de una ayuda extraordinaria del Fondo de Ayudas COVID puesto en marcha por el Consejo General de la Abogacía Española, que tuvo una dotación económica de un millón de euros.

Para llegar a los potenciales beneficiarios se trabajó en una campaña de difusión para la que se creó una identidad visual y diversos materiales divulgativos. Entre ellos, se preparó una página de campaña con las bases, preguntas frecuentes y acceso al formulario de solicitud. También se prepararon banners e imágenes para redes sociales.



Otra de las acciones enmarcadas en este proyecto fue lanzar una encuesta a abogados y abogadas que nos ayudase a conocer la situación generada por la pandemia en la profesión. Se prepararon diversos materiales y se incentivó la participación con el sorteo de libros de Historia de la Abogacía.

Más de 12.000 compañeros y compañeras participaron aportando información muy valiosa de cara a diseñar acciones que contribuyan a superar la crisis económica generada por la COVID19

Al respecto, en el último trimestre de 2020 comenzó a trabajarse en el diseño y difusión del **Plan Extraordinario de Recursos Digitales para la Abogacía** afectada por la pandemia del Covid-19 con el objetivo de ayudar a abogados y abogadas que vieran mermada su capacidad económica como consecuencia de la pandemia. Se diseñó toda la identidad del plan visual, incluido un logo, y se prepararon los materiales de campaña que se lanzó en enero de 2021 (página de campaña, vídeo, banners, covers para redes sociales, preguntas frecuentes...). Se facilitaron los materiales a los Colegios y se organizaron reuniones con sus responsables de Comunicación de cara a coordinar el lanzamiento y seguimiento del Plan. Se prepararon acciones programadas de email marketing para llegar a todos nuestros colegiados y colegiadas.

Campañas

Pack de Bienvenida

En nuestra apuesta por formatos digitales, se optó por crear un newsletter con contenidos y servicios de ayuda para los colegiados que empiezan a ejercer la profesión.

Se montó la plantilla en Sendinblue y se instruyó de su uso para que se envié a los colegiados que reciben el pack físico.

También se grabaron varios vídeos de Victoria Ortega, presidenta del Consejo General de la Abogacía dando la bienvenida a la profesión y con contenidos de especial relevancia para la profesión (Justicia Gratuita, Conócenos).

Día de la Mediación

Como años anteriores, se publicó y actualizó la página de campaña con motivo del Día Europeo de la Mediación, el 21 de enero.

Campaña Vídeo Agradecimiento COVID

Al finalizar el confinamiento de la primera ola de la pandemia, se quiso lanzar un mensaje de agradecimiento a todos los profesionales, incluidos los abogados y abogadas, que durante esos difíciles momentos estuvieron trabajando para garantizar el derechos de defensa de los ciudadanos.

Se produjo un vídeo donde se recogían distintas realidades vividas durante los difíciles momentos del confinamiento y un mensaje final de Victoria Ortega agradeciendo la implicación de todos y todas.



[#YoNoPasoBulos](#)

Con el objetivo de concienciar sobre las fake news y las consecuencias de su difusión, lanzamos una campaña desde nuestros canales con un espacio en el que se fueron publicando diversos materiales: vídeo divulgativo, preguntas frecuentes, banners/imágenes rrss.

También se publicaron noticias, entrevistas o artículos de expertos en la materia.

Mi Abogacía

En julio de 2020, de cara a promover que los usuarios de nuestra web configurasen sus áreas de interés (Mi Abogacía) se lanzó una campaña que incluyó un email masivo a todos los usuarios con el incentivo del sorteo de varias ActionCam. Se difundió también en nuestra web, redes sociales y revista.

Postal de Navidad y calendario 2021

Como en años anteriores, se utilizó la postal de Navidad como parte de la campaña vinculada a la Conferencia Anual de la Abogacía.

Al respecto, se produjeron dos videopostales con mensajes y el eslogan #NosJugamosMucho. Comprometidos con la Salud Universal

También se diseñó el calendario 2021 con fotos y mensajes relacionados con esta campaña. Se produjeron 1400 unidades que se repartieron por todos los Colegios de la Abogacía de España.

Campaña Día de la Justicia Gratuita

La epidemia del Covid-19 puso una vez más de manifiesto el **COMPROMISO** de los Colegios de la Abogacía Española y de los casi 46.000 abogados y abogadas que prestan los servicios de Justicia Gratuita en sostener y mejorar este sistema, incluso en las circunstancias más adversas.

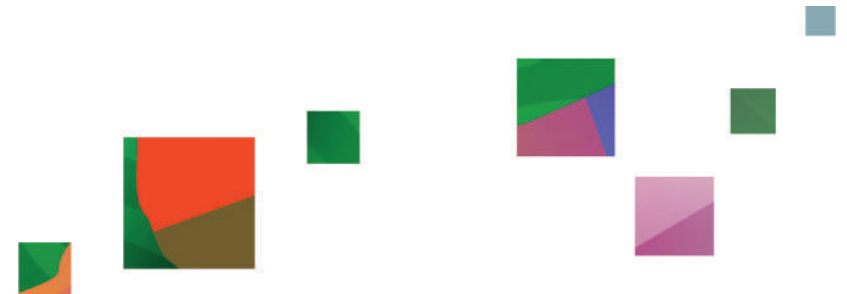
Bajo el slogan - **Tú también tienes derecho** se decidió institucionalmente lanzar una campaña en medios digitales a nivel nacional y redes sociales (Twitter; YouTube; Facebook/Instagram) para celebrar el **Día de la Justicia Gratuita y del Turno de Oficio**. Como resultado alcanzamos un volumen de audiencia que suma un total de 6,8 millones de impresiones en un espacio de 4 días - del jueves día 9 al domingo día 12 de julio.

Además de la campaña de publicidad digital, se facilitaron los materiales de difusión en distintos idiomas oficiales a los Colegios de cara a apoyar las acciones de comunicación que pusimos en marcha desde las instituciones colegiales a través de nuestros propios canales (webs, revista, newsletters, actos...)

Para dar más visibilidad al día de la Justicia Gratuita desde el Consejo General de la Abogacía Española se produjeron mascarillas del Turno de Oficio en las lenguas co-oficiales y se distribuyeron entre los 83 Colegios y los Consejos Autonómicos. Asimismo, enviamos diplomas para aquellos abogados y abogadas que cumplieron 25 años en turno de oficio.



Como soporte a la campaña online también se publicó un microsite donde incluimos un mural con rostros de la abogacía de oficio así como los testimonios de algunos beneficiarios y abogados, el Manifiesto, noticias, galerías de imágenes, preguntas frecuentes sobre Justicia Gratuita.





Eventos

Debido al Covid 19, la creatividad tuvo que ser puesta en práctica por muchos sectores y los eventos no fueron la excepción. Las Jornadas de Comisiones y Subcomisiones como otros actos del Consejo se celebraron en 2020 como eventos híbridos: Una combinación entre ambas modalidades: virtual y presencial. Desde la sede física de Abogacía los ponentes exponían y debatían los temas más actuales del sector jurídico y al mismo tiempo estaban conectados en streaming. Esta experiencia ha sido no solo una buena alternativa frente a los aforos limitados y el miedo al contagio, siendo también una alternativa más eficiente: Ha permitido multiplicar nuestra audiencia, mayor interacción y participación; visualización del contenido de las Jornadas de forma permanente, mejora del impacto en redes sociales; etc.

Los eventos realizados durante el año 2020 fueron:

- › Presentación del XIV Informe del Observatorio de Justicia Gratuita. 10 de julio.
- › VIII Jornadas de Abogados y Abogadas de Violencia de Género: “Protección a las víctimas. Nuevos escenarios”. Madrid, 24 de septiembre.

- › VII Jornadas sobre prevención y represión del blanqueo de capitales. “Contra el fraude, manos limpias”. Madrid, 26 de noviembre.
- › Abogacía Futura 2021. “Prospectiva de negocio emergente”. Madrid, 4 de noviembre.
- › XXII Jornadas de los servicios de orientación y asistencia jurídica penitenciaria. “Los derechos no cumplen condena”. Madrid, 5 de noviembre.
- › VII Congreso de Derechos Humanos de la Abogacía Española. Madrid, 9 y 10 de diciembre.
- › Conferencia Anual de la Abogacía Española 2020, XXII edición premios Derechos Humanos. Madrid, 10 de diciembre.

Formación

Desde Marketing se dio soporte a la generación de materiales de difusión de las Conferencias de los Lunes. Periódicamente y en coordinación con los departamentos implicados se generan banners, enlaces y se mantiene actualizada la sección de Formación de la web.



También se diseñaron los materiales para cursos como el del Programa Executive de Arbitraje Comercial Internacional. Entre los recursos generados se maquetó un programa, una web, banners e imágenes de redes sociales y diplomas.

A finales de 2020 también se comenzó a trabajar en los materiales del I Curso de Protección Legal de las Personas con Discapacidad que finalmente se lanzó en febrero de 2021.



Identidad

Carnés

Entre los materiales que se generaron con la identidad de Abogacía Española están los nuevos carnés de consejeros y consejeras.

Se hizo un análisis previo de tipos de soportes que permitieran la firma manuscrita y búsqueda de proveedores.

Se actualizaron los carnés de los 102 consejeros y consejeras al nuevo formato.

Firma de email

Se utilizó la firma de email corporativa como nuevo soporte para lanzar acciones de Marketing. Al respecto se prepararon los mensajes, banners y html necesarios así como un tutorial para que los propios empleados pudieran actualizarla. Se incorporaron las redes sociales y enlaces a las mismas desde la propia firma del email.

Papelería, sellos y otros materiales

Se supervisó la producción de nuevos sobres con el logo ODS Abogacía. También se produjeron nuevos sellos y materiales que llevan la identidad Abogacía Española, como las mascarillas hechas para la Conferencia Anual y el Congreso de Derechos Humanos.

