



SOCIAL MEDIA MARKETING PARA LA PROMOCION DE LOS SERVICIOS DE CONSULTORIA LEGAL DE LA OFICINA VIRTUAL M&R ASOCIADOS - GUAYAQUIL

Autores:

Patricia Estefanny Rodas Soto

Maestrante de Sistema de Información Gerencial Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

Docente Instituto Tecnológico superior Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Av. Vélez y Lizardo García de Guayaquil

pattyta2903@hotmail.com

Lisset Sulema Cotto Aguilar

Maestrante de Sistema de Información Gerencial Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

Corporación Nacional de Electricidad Unidad de Negocio Los Ríos

Av. 9 de noviembre y General Barona, Provincia Los Ríos, Cantón Babahoyo

sulema_cotto@hotmail.es

Félix David Freire Sierra

Magíster en Administración de Empresas

Docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Av. De las Américas frente al Cuartel Modelo de Guayaquil

Docente de Posgrados de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil UTEG

Guayacanes 399 y calle Quinta, Urdesa Central, Guayaquil

davidfreiresierra@hotmail.com

ffreires@ulvr.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Patricia Estefanny Rodas Soto, Lisset Sulema Cotto Aguilar y Félix David Freire Sierra (2019): "Social media marketing para la promoción de los servicios de consultoría legal de la oficina virtual M&R Asociados - Guayaquil", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (marzo 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/03/servicios-consultoria-legal.html>

Resumen

En Ecuador los consultorios jurídicos encuentran en auge y toman una gran competitividad, pero la tecnología también ha tomado fuerza en la actualidad al tomar en cuenta una de las herramientas de trabajo que todo abogado debe tener para promocionar sus servicios profesionales a través de las redes sociales y contar con asesoría legal en línea, resolver

ciertos problemas que por pequeños que parezcan merecen ser atendidos de inmediato. No solo en productos en línea se puede publicitar en redes sociales que se encuentran con potentes recursos hoy en día se puede publicitar servicios dentro de las tiendas virtuales usando herramientas como páginas web interactivas, entre otras que se utilizan en el social media marketing. La metodología a aplicar es bibliográfica en la cual se toma en consideración los diversos criterios de las autoras que han estudiado el social media marketing como un referente para poder ser utilizado para promocionar productos o servicios en el mercado, teniendo así la acogida necesaria para poder fomentar no solo frutos por sus servicios si no también ayuda a la sociedad que sea de escasos recursos económicos, con ideas nuevas, poniendo en práctica la tecnología en vanguardia con el crecimiento de los estudios jurídicos, consultorios, entre otras. Como conclusión de la presente investigación es que la tecnología, la ley deben estar unidas para poder abordar temas que son trascendentales en el país, a nivel internacional que puedan requerir de los servicios de un consultorio jurídico en línea.

Palabras Clave: Social Media Marketing, Servicios Jurídicos, Tienda Online, Incrementos de Venta de Servicios, Promoción.

Abstract

In Ecuador the legal offices are booming and take a great competitiveness, but technology has also taken strength at present by taking into account one of the work tools that every lawyer must have to promote their professional services through social networks and have legal advice online, solve certain problems that seem small because they deserve to be taken care of immediately. Not only in online products can be advertised in social networks that are with powerful resources nowadays you can advertise services within virtual stores using tools such as interactive web pages, among others that are used in social media marketing. The methodology to be applied is a bibliography in which the various criteria of the authors who have studied social media marketing as a reference to be used to promote products or services in the market are taken into consideration, thus having the necessary reception to be able to promote not only fruits for their services but also helps the society that is of scarce economic resources, with new ideas, putting into practice the technology at the forefront with the growth of legal studies, clinics, among others. As a conclusion of the present investigation is that the technology, the law should be united to be able to address issues that are transcendental in the country, at an international level that may require the services of an online legal office.

Key Words: Social Media Marketing, Legal Services, Online Store, Service Sales Increments, Promotion.

1. INTRODUCCIÓN

El avance de la tecnología no solo ha llegado a través de la web quienes son los que al momento han permitido que todos estén al día, al minuto con diversos productos y servicios es por ello que viendo la necesidad de la sociedad en cuanto a diferentes casos legales como son maltrato infantil, violencia intrafamiliar, delitos informáticos, robos, hurtos de los cuales por motivo de tiempo o miedo en ocasiones a ser reconocidos, simple vergüenza de contar el caso a un técnico jurídico para solucionarlo no se lo hace, es por ello que se da a conocer los servicios a través de la web donde se promocionará un sitio de consultoría jurídica en línea sin intermediarios donde el usuario podrá resolver cualquier duda, promocionándolo en las principales redes sociales, sitios web , para poder estructurarlo, se ha trabajado la página web en Wix donde encontramos un entorno gráfico agradable el cual a web social es una de las frases más comunes ya que es la vinculación de las personas con su entorno, en el medio, con diversas colaboraciones online, la interacción entre usuarios, participación en contenidos, inteligencia social o colectiva. (Marquina-Arenas, 2013)

Las redes sociales son poderosas herramientas de comunicación con profesionales del medio, amigos, coincidimos, información al día audio, video. En las redes sociales se puede vender mucho más que productos y servicios se tiene que tener claro que al socializarlo habrá personas que no tengan el mismo interés, si no que están en las redes sociales por tener amistades en común o por ser profesionales en el área. (Fonseca, 2015)

“Un servicio de red social es un medio de comunicación social que se centra en encontrar gente para relacionarse en línea. Está formado por personas que comparten alguna relación, principalmente de amistad, mantienen intereses y actividades en común, o están interesadas en explorar los intereses y las actividades de otros” (Moreno, 2015)

OBJETIVO GENERAL

1. Desarrollar una social media marketing en el servicio de la oficina consultoría virtual jurídica M&R asociados de la ciudad de Guayaquil.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

2. Estimar las ventas de servicios a través de las diversas redes sociales para el impulso de la visita a los consultorios virtuales jurídicos.
3. Mostrar la producción de servicios jurídicos en línea con promociones para los clientes.
4. Componer el sitio web que permita el incentivo del social media marketing en servicios jurídicos virtuales.

IMPACTO ESPERADO

El resultado esperado en la presente investigación es tener afianzados en la sociedad ecuatoriana el tener un consultorio jurídico virtual, lo que esperamos obtener de esta investigación es promocionar los servicios del consultorio jurídico virtual a través del social media marketing y que estos puedan ser promovidos en medios digitales utilizando e-commerce para así llegar a la mayor cantidad de clientes de una manera fácil ágil e innovadora

5. MATERIALES Y MÉTODOS

Para la presente investigación que utiliza es la metodología exploratoria, mediante la cual se analizan las diferentes teorías relacionadas con el social media marketing darán una mejor perspectiva e interpretación del tema, se tendrá en consideración la elaboración de las páginas web, y redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn), que servirán para comprobar la veracidad de la propuesta que resulte de la presente investigación.

6. RESULTADOS Y ANÁLISIS

ANÁLISIS FODA

Fortalezas

1. Orientación y consultoría jurídica a los clientes.
2. Preparación y capacitación académica al personal.
3. La experiencia legal del personal Jurídico.
4. Dominio y liderazgo en el sector de las consultorías legales.

Oportunidades

1. Ofrecer servicios eficientes a los clientes y colegas.
2. Altas posibilidades de crecimiento jurídico.
3. Capacidad de atención a clientes nacionales y extranjeros.

Debilidades

1. Normas y procedimientos de control.
2. Dificultad en entregar información a los abogados.
3. Actitudes en las funciones de los abogados.
4. Falta desconocimiento en promociones en la utilización de tecnología actual.

Amenazas

1. Competencias en honorarios.
2. Pérdidas de clientes por la situación económica del país.
3. Crecimiento de demanda en los servicios jurídicos.

ANÁLISIS CINCO FUERZAS DE PORTER

Competencia Existente En El Sector

1. La microempresa "Consultorio Jurídico Virtual M&R Asociados" está ubicado en la ciudad de Salitre-Provincia De Guayas, desarrolla sus actividades de servicios jurídicos, ubicado al centro de la ciudad, donde también existen otros tres estudios jurídicos de las mismas características, lo cual favorece en cierta medida porque el sector es conocido por la oferta de los diversos servicios para comunidad de salitre ya que los clientes que acuden para asesora según su presupuesto.
2. La estrategia en el sector es mejorar los servicios de los otros estudios jurídicos brindando asesoría jurídica gratuita para que puedan tener la confianza necesaria en el consultorio.

Competidores Que Podrían Ingresar

1. El sector donde estamos ubicados es conocido porque ahí se encuentra la fiscalía general de salitre, en sus alrededores está ubicado otros consultorios jurídicos que ofertan no todos los servicios jurídicos, que nos permitirán tener nuevos competidores formales, en el sector.

Poder De Negociación De Los Proveedores

2. Dentro del consultorio por ser una empresa de servicios se obtendrá las mejores empresas que nos podrán respaldar en cuanto a calidad de servicios, precios.

Poder De Negociación De Los Clientes

3. Los clientes que acuden a la microempresa "Consultorio Jurídico virtual M&R asociados" son considerados como personas muy importantes y tratados con amabilidad, estableciendo así diferencias con la competencia; además que se le ofrecen servicios de calidad y a precios accesibles porque sus clientes se consideran como la parte más significativa en el negocio.

Amenazas De Productos Y Servicios Sustitutos

4. En el sector se han registrado ocasiones en de los mal llamados tramitadores que por obtener un poco de dinero terminan extorsionado, defraudando a las personas incautas por ofrecer servicios que no pueden lograr en el área jurídica.

MARKETING MIX

El marketing mix es uno de los elementos clásicos del marketing, es un término creado por McCarthy en 1960, el cual se utiliza para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y comunicación. Estas cuatro variables también son conocidas como las 4Ps por su acepción anglosajona (producto, Price, place y promotion).

Las 4Ps del marketing pueden considerarse como las variables tradicionales que trabajan en conjunto para lograr una organización para conseguir sus objetivos comerciales. (Espinosa, 6 de mayo del 2014)

A continuación, las 4PS del marketing mix del social media marketing con la tienda virtual.

Producto y Precio

Con el social media marketing y la tienda virtual nos permitirá ofrecer los servicios que se proponen a continuación:

Plaza

La oficina donde se administrará el plan de social media marketing con la tienda virtual se encontrará en el propio local comercial.

Promoción

Se aplicará promociones a través de redes sociales.

5. DESARROLLO

SOCIAL MEDIA COMO NEGOCIO DE INTERNET

Para la Consultoría Legal De La Oficina Virtual R&M Asociados - Guayaquil, se realizó la creación de una página web en primer lugar creará sitio web en el cual se dará a conocer <https://consultorialegalmr.wixsite.com/misitio> la cual todo está relacionado con la actividad legal de la consultoría dentro de ellas tiene las áreas de civil, societario, laboral, penal, niñez y adolescencia. El sitio web será promocionado en las redes sociales a través de internet como son Facebook, Twitter, Instagram, página web, para promocionar los servicios legales virtuales.

Lo que se comercializara son servicios de varias definiciones antes de iniciar la explicación del como elaboramos las páginas el Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn entre otras redes sociales que se puedan anexar.

Según varios especialistas en marketing comercializan 10 tipos principales de artículos: bienes, servicios, eventos, experiencias, personas, lugares, propiedades, organizaciones, información e ideas, pero en este caso se explicará el concepto de los servicios que se prestar de manera virtual:

SERVICIOS

Conforme avanzan las economías, una proporción cada vez mayor de sus actividades se centra en la producción de servicios. La economía de Estados Unidos actualmente produce una mezcla de 70 servicios por cada 30 productos. Los servicios incluyen el trabajo que realizan aerolíneas, hoteles, empresas de alquiler de automóviles, peluqueros y esteticistas, personas que trabajan en mantenimiento y reparaciones, contadores (o contables), banqueros, abogados, ingenieros, médicos, programadores de software y consultores de negocios. Muchas ofertas de mercado combinan bienes y servicios, como en el caso de las comidas (keller, 2013) rápidas.

En la venta de servicios se encuentran distintas propuestas de valor para los usuarios. Este tipo de venta simplifica el proceso del comercio electrónico al no haber una transacción física de bienes (Electrónico, 2008)

Como realizar un seguimiento según Iván Pino en las redes sociales:

6. Bitácoras. Te recomiendo Blog Search Google, Technorati, Icerocket y Ask Blogs y Canales. (Pino, 2017)
7. También, puedes explorar, por categorías, en directorios como Alianzo, Bitácoras o Wikio.
8. Foros. Te aconsejo Boardreader y Omgili. (Pino, 2017)
9. Marcadores y Agregadores. Te propongo Keotag para indagar, por etiquetas, en Delicious (páginas web), YouTube (videos) y Flickr (fotos). (Pino, 2017)
10. Redes. Utiliza Twellow para encontrar perfiles en Twitter. Necesitarás nombres y apellidos para buscar en LinkedIn, Facebook, MySpace y Tuenti. (Pino, 2017) Palabras clave, en Ning. (Pino, 2017)
11. Noticias. Aprovecha las alertas de Google News para encontrar a los periodistas que siguen tus novedades. (Pino, 2017)

La página web dentro de su estructura básica contará con 3 pestañas siguientes:

Luego de encontraran detalladas las áreas de servicios a la comunidad en cuanto a asesoría legal de manera física y virtual se le brindara al público



Figura 1. Estructura básidca de la web
Elaborado por: Los autores

La estrategia que se utilizará para atraer clientes será el de promocionar la página web con diversas técnicas de color en la cuales se ha implementado el social media marketing como así lo menciona el libro social bussiness “es el conjunto de procedimientos generadores de rentabilidad basado en las características colaborativas de los medios sociales (Futteher, 2013) En cuanto la organización de la empresa son un grupo de compañeros asociados en el área legal con diversos conocimientos puesto a la comunidad y que emprenden una nueva visión de ayudar al país a través de las redes sociales donde la página consta de presentación del sitio web, la parte formativa del consultorio jurídico, aviso, en el Facebook tratamos de concientizar a las demás personas para que acerca del maltrato físico, psicológico, sexual que se puede sufrir en la vida intrafamiliar.

PÁGINA PRINCIPAL

Creación de la página web de Consultoría Legal.



Figura 2. Presentación de la página
Fuente: Elaborado por los Autores

Se ingresará detalles de las actividades que realizará la página Web y agregar logo de publicidad de la empresa.

LOGOTIPO DE LAS REDES SOCIALES



Figura 3. Logotipo Consultoría Legal
Fuente: Elaborado por los Autores

ESLOGAN



Figura 4. Logotipo & Slogan
Fuente: Elaborado por los Autores

SERVICIOS

Para visualizar los servicios en a la página web de “CONSULTORIA LEGAL M&R ASOCIADOS”, se debe dar clic en la pestaña de las Áreas de Consultoría para visualizar siguientes:

1. Civil
2. Penal
3. Comercial
4. Tributario

5. Administrativo
6. Propiedad intelectual
7. Defensa del consumidor
8. Derecho Informático



Figura 5. Servicios Consultoría
Fuente: Elaborado por los Autores

Detallar las áreas de los registros que va a cumplir de los trabajos a realizar mi página Web para dar a conocer la actividad a realizar.

REDES SOCIALES

La consultoría en redes sociales es el punto de partida para desarrollar un plan social media a medida para la empresa y en este caso la “CONSULTORIA LEGAL M&R ASOCIADOS” para encontrar más información y tener una mejor comunicación con nosotros.

1. LinkedIn
2. Instagram
3. Facebook
4. Twitter

La vinculación con las Redes sociales son las más utilizadas a nivel mundial y a su vez dar a conocer las actividades no solo en el portal web sino en las redes sociales que se muestra.

MISIÓN

Somos una firma de consultoría legal brindamos soluciones en todo tipo de controversias que se puedan dar en el día a día que afecten a sus derechos fundamentales como ciudadano. Se tiene el mejor equipo de abogados que es la mejor carta de presentación compromiso con la ciudadanía.

VISIÓN

La creación de la página se asesoría jurídica para dar jurídicos, personal, empresarial, penal, niñez y adolescencia, permitirá contar estratégicamente sus procesos de trabajo, enmarcados en la ley y con la rapidez y oportunidad que el mundo actual lo requiere, con la convicción de que se puede ofrecer un servicio profesional y de calidad y con un rápido retorno de la inversión.

Al ingresar a la página web encontrarán una breve descripción sobre visión y misión de la Empresa para los seguidores o quien visiten esta página Web vean el compromiso con la actividad que se realiza como empresa.

NUESTRO ABOGADOS



Figura 6. Nuestros abogados
Fuente: Elaborado por los Autores

Dar a conocer a los empleados para seguridad y confianza de los colaboradores en la empresa.

CONTACTARNOS



Figura 7. Como contactarnos
Fuente: Elaborado por los Autores

Área de contactos como dirección, email y teléfono sea para visitas o consultas generales que deseen realizar a la página web.

En el Facebook creamos una página exclusivamente para el consultorio jurídico M&R asociados en la cual se encontrará lo siguiente:



Figura 8. Elaboración de la página Facebook
Fuente: Elaborado por los Autores

El Facebook fue creador un blog para poder mostrar y conseguir más amigos, contactos profesionales a través del mundo, con las publicaciones realizadas se podrá tener mayor cantidad de alcance a la sociedad



Figura 9. Servicios
Fuente: Elaborado por los Autores



Figura 10. En que te podemos ayudar
Fuente: Elaborado por los Autores

Instagram



Figura 11. Elaboración de la página de Instagram
Fuente: Elaborado por los Autores.

Instagram tiene el objetivo de obtener una estrategia de social media marketing digital para llegar a clientes potenciales, es tener la oportunidad de crear una comunidad interesada con el proyecto en las diferentes áreas de consultoría legal.

TWITTER



Figura 12. Elaboración de la página de Twitter
Fuente: Elaborado por los Autores

Twitter tiene el objetivo de gestionar de manera online a través de una web en comercio electrónico (e-commerce), actividades a través de servicio para llegar a clientes potenciales, es decir tener en cumplimiento de las normativas vigentes en las diferentes áreas de consultoría legal.

LINKEDIN

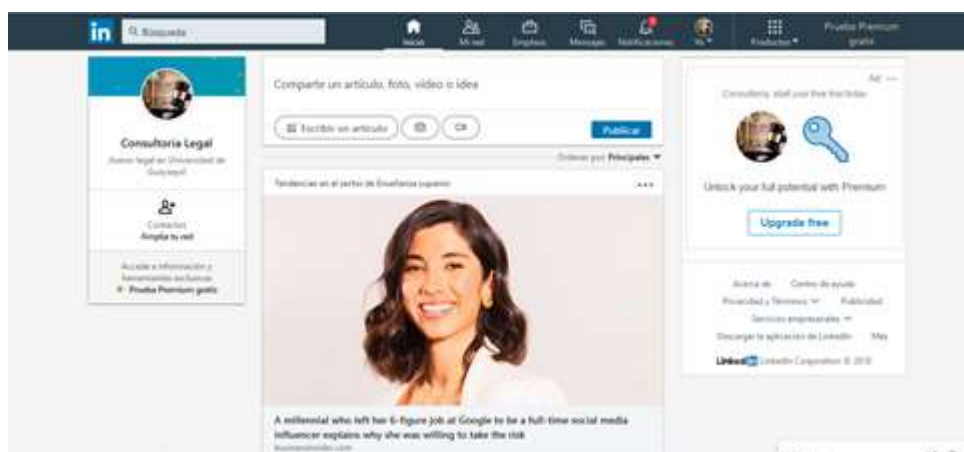


Figura 13. Elaboración de la página de LinkedIn

Fuente: Elaborado por los Autores

LinkedIn tiene el objetivo de usar una estrategia de social media marketing para las actividades a través de los servicios de las diferentes áreas que ofrece la consultoría legal, es decir tener beneficios comerciales con un enfoque profesional.

MARKETING EN REDES SOCIALES JURÍDICO

En el Ecuador para los abogados es muy poco usado el marketing ya que el abogado se llega a hacer conocer por sus casos ganados, por trayectoria pero en la realidad el marketing y las redes sociales son parte activa de justicia y en este caso de quienes ejercen el derecho es por ello que tales situaciones están siendo comparadas con las de España quien dicho sea de paso es de donde nace la legislación y se ha copiado varias de sus tradiciones, y modos de operar por lo cual hacen una revisión la mayor red que es visitada es LinkedIn, Facebook, seguidas de Twitter, Instagram quienes hasta el momento son las que más se han dado a destacar según el libro de estudios de casos. (Esparcia, 2014)

Las personas que acuden a solicitar los servicios de un despacho de abogados lo hacen obligados por una situación siempre complicada y en la que el cliente se encuentra muy sensibilizado debido a la importancia del conflicto. (Martínez, 2013)

DATOS BÁSICOS

Los datos básicos se mostrarán al dar clic en la pestaña Donde se podrán encontrar:

IDENTIFICACIÓN

La microempresa “CONSULTORIO JURIDICO VIRTUAL M&R ASOCIADOS” está ubicada en la ciudad de SALITRE-Provincia Guayas, es una pequeña empresa de un grupo de abogados jóvenes su principal actividad es los servicios jurídicos con una amplia gama de servicios a la comunidad de los cuales se puede asesorar y llevar sus casos con flexibles costos del mercado.

LOGOTIPO PARA LAS REDES SOCIALES



Figura 14. Elaboración de la página WIX

Fuente: Elaborado por los Autores

VALORES

1. Responsabilidad: Dar contestación a los requerimientos de los clientes con puntualidad, claridad, seriedad y cumplimiento dentro de todos los campos profesionales solicitados.
2. Profesionalismo: Ofrecer un trabajo o servicio eficiente a la altura de los más rigurosos requerimientos de los clientes.
3. Veracidad: Mantener una total afición a la autenticidad de la entrega a la información de datos actualizados dentro del campo jurídico que sea clara y oportuna.
4. Compromiso: El compromiso con la comunidad en defender la justicia mucho antes que el derecho.

SERVICIOS

Los servicios ofrecidos por “CONSULTORIO JURIDICO M&R ASOCIADOS” se podrán observar al dar clic en Ahí se visualizarán los siguientes servicios en las siguientes áreas:

1. Civil
2. Penal
3. Niñez Y Adolescencia
4. Tributario
5. Administrativo
6. Comercial
7. Propiedad Intelectual
8. Defensa Al Consumidor
9. Derecho Informático

MODELO DE NEGOCIO

Jean-Pierre Cuoni es el presidente de EFG International, un banco privado que cuenta, posiblemente, con el modelo de negocio más innovador del sector. (Pigneur, 2015)

1. Entre empresa (B2B, Business to Business).
2. Entre empresa y consumidor (B2C, Business to Consumer).
3. Entre consumidores (C2C o P2P, Consumer to Consumer o Person to Person).

Las empresas pymes y grandes tienen diversos tipos de transacciones para poder generar nuevos ingresos, entre ellos se tiene a los tradicionales, pero no menos importantes como son el comercio electrónico: Estas transacciones son:

1. Entre empresa y Administración (B2A, Business to Administration).
2. Entre ciudadano y Administración (C2A, Citizen to Administration).

En el comercio electrónico B2B predomina la compra y venta de productos o servicios entre empresas. Por ejemplo, la gestión a través de Internet de aprovisionamiento de materiales (e-procurement) permitiendo una negociación más ágil entre las empresas y sus proveedores.

El comercio B2C se refiere al proceso de venta electrónica entre la empresa o "tienda virtual" y el consumidor final. El ejemplo más clásico de negocio B2C es Amazon.com, para la compra de libros, CDs, DVDs, etc. a través de Internet. (Chocomeli, 2015)

El comercio C2C o P2P se refiere a la compraventa de productos entre usuarios o consumidores finales. Por ejemplo, existen sitios web especializados en compraventa o subastas de productos de segunda mano directamente de particular a particular.

“Consultorio Jurídico M&R Asociados” se enmarca en el tipo B2C (Empresa a Consumidor) se refiere al suministro de productos/servicios al usuario final de manera directa a través de su tienda virtual (página web). B2C representa la forma más conocida del comercio electrónico. (Chocomeli, 2015)

Las características de B2C en el comercio electrónico son:

1. Las relaciones comerciales tienen un posible número de clientes sin límites.
2. Las cantidades de dinero de las transacciones B2C no son muy altas (aproximadamente 100 y 200 dólares).
3. Instrumentos como las tiendas web deben tener un diseño que atrae al consumidor e inspirar confianza.

4. Se suelen realizar las transacciones en línea.
5. La empresa vendedora debe proporcionar un sistema integrado y cerrado entre la adquisición y el departamento de venta y el sistema de logística. (Chocomeli, 2015)

Entre las ventajas del comercio electrónico B2C destacamos:

1. Una amplia gama de productos (en todo el mundo).
2. Gestión de pedidos de alta velocidad.
3. Alto nivel de adaptación a los requisitos del cliente.

Muchos sitios web comerciales (empresas pequeñas, etc.) se están dirigiendo a practicar el comercio electrónico B2C. (Chocomeli, 2015)

PROPUESTA DE VALOR

“Consultorio Jurídico Virtual M&R asociados” diseñará su página web, Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn con el objeto de comunicar transparencia valores, calidad humana, diferenciándonos de otros estudios jurídicos, con responsabilidad, justicia ética profesionalismo en la entrega diaria en cada caso que se haya realizado y tomado para tener una competencia seria y de calidad.

De tal manera que los servicios sean los mejores del mercado competitivo en cuanto a los estudios jurídicos que tienen consultorios físicos y virtuales que no los promocionan, ni le dan el marketing jurídico correspondiente dentro del concurso de habilidades que deben de tener los abogados hoy en día.

Además, se brindarán servicios de asesoría gratuita previa a tomar el caso indicando cada causa, y posibles resultados en cada evento que suceda

Lo que se está presentando será:

1. Atención personalizada.
2. Ahorro en los costos.
3. Ahorro en tiempo, brevedad en las entregas.
4. Confianza en la calidad.
5. Mínimos riesgos por la honradez y seriedad de “Consultorio Jurídico M&R asociados”.

MODELO DE INGRESO

Inicialmente el modelo de ingresos de “Consultorio Jurídico M&R asociado” estará basado en las ventas; porque se generarán ingresos por la venta de servicios que ofrece. Este es el modo más común de lograr ingresos dentro del comercio electrónico.

A futuro esta tienda virtual podría obtener ingresos por publicidad de otras empresas dentro de la página web; de esta forma tendríamos dos tipos de ingresos: Por ventas y por Publicidad.

MEDIOS DE PAGOS

En cuanto a la manera de pago que se puede realizar las contrataciones vía online, ajustando los servicios en línea desde la asesoría, en el “Consultorio Jurídico M&R asociado, para darle una mejor comodidad, teniendo una manera sencilla en la forma de pagos.

Se puede optar por las formas siguientes:

1. **Contra-reembolso.** - El cliente realizará el abono del importe en el momento de su entrega, este pago puede ser realizado al mensajero de la empresa de paquetería que presta el servicio de distribución de la mercancía, o bien acudiendo a recoger su producto adquirido a un costo inferior en cuanto al servicio de entrega. Se trata de una manera segura desde el punto de vista del cliente, al no correr riesgos hasta que el producto está en su poder, pero para el vendedor puede conllevar una serie de gastos dependiendo de varios factores, sobre todo en caso de que el cliente rechace la entrega por falta de liquidez o cualquier otro motivo en el momento de la entrega (Carrión, 2017).
2. **Correo electrónico, perfil o cuenta.** - PayPal, Google Checkout, Amazon Payments y Sagepay son algunas organizaciones con sistemas de pago online efectivos y a la vez que fáciles de implementar, gracias a las características o dispositivos que ponen estas organizaciones a disposición del usuario, tanto desde el punto de vista del comprador como del vendedor. (Carrión, 2017).
3. **Pago con el móvil.** - En Ecuador está ampliándose este uso. Este es el sistema de más reciente aparición que permite realizar el pago a través de un Smartphone, sin necesidad de disponer de ningún otro dispositivo o tarjeta que nos acredite, el cliente recibe un mensaje en su terminal con información sobre el importe, comercio y referencias a los productos que selecciona, y al autorizar la operación con su código se confirma la compra. (Carrión, 2017).

OPORTUNIDAD DE MERCADO

El social media marketing es una oportunidad para la microempresa “Consultorio Jurídico virtual M&R asociados” va a beneficiar la publicidad, ya que los clientes por medios de las redes sociales no solo conversan con familiares, amigos o conocidos, sino que también comparten información y permiten conocer referente a los servicios.

ENTORNO COMPETITIVO

En la realización de la publicidad en la competencia del sector jurídico por medios tradicionales tales como radio, prensa, revista y volante, eso quiere decir que no hay comunicación directa con el cliente.

VENTAJAS COMPETITIVAS

Social media marketing es la utilización de las redes sociales para la implementación de la publicidad digital, través de las encuestas realizadas por el Instituto Nacional de Estadística y Censo ya que el uso del celular y las redes sociales de sociales es un factor determinante a nivel nacional.

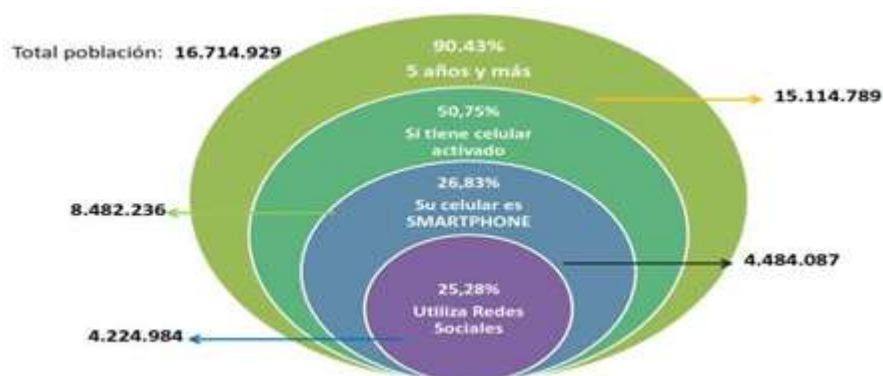


Figura 1. Porcentaje de población con celular y redes sociales.

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENELDO (2016).

Información disponible desde diciembre 2011.

Se destaca que en Ecuador casi la cuarta parte de su población (25,28%) utiliza las redes sociales en internet, lo cual evidencia el gran segmento hacia donde están dirigiéndose las ventas en línea.

Tabla 1. Porcentaje de personas que han utilizado el internet en los últimos 12 meses en la provincia del El Oro

| Provincia | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Todos | 22,8% | 22,7% | 30,3% | 31,2% | 35,2% | 39,9% | 51,6% | 54,0% | 59,7% |

Fuente: Elaborado por ENEMDU (2016).

Se puede ver que el 25,28 de los ecuatorianos posee redes sociales en los teléfonos y 59,7 de las personas que viven en todas las Provincia tienen internet. Por tal razón se puede ver que hay una oportunidad de negocio a través de las redes sociales.

Tabla 2. Frecuencia de uso de Internet a nivel nacional

| Desagregación | Año | Indicador |
|----------------------------------|------|-----------|
| Al menos una vez al día | 2016 | 70,5% |
| Al menos una vez a la semana | 2016 | 26,0% |
| Al menos una vez al mes o al año | 2016 | 3,4% |

Fuente: Elaborado por ENEMDU (2016).

En estos indicadores nos indica que el 70,5 % de los ecuatorianos al menos una vez al día hacen uso del internet.

Por esta razón se puede ver las siguientes ventajas competitivas del social media marketing en la microempresa Consultorio Jurídico Virtual M-R Asociados:

1. **Conocer mejor el mercado:** A través de las redes sociales se logrará tener un contacto directo mediante los clientes conociendo los servicios jurídicos.
2. **Aumentar la lealtad de la marca:** Va a ser la oportunidad para generar una confianza o vínculo con los clientes de la microempresa.
3. **Reducir los gastos de marketing:** Ya que los costos de publicidad por las redes sociales son más económicos a la publicidad tradicional.
4. **Mejorar las ventas:** A través de social media lograran conocer la marca y los servicios que ofrece "Consultorio Jurídico Virtual M&R Asociados" compartir contenido a mediante las comunidades de Twitter, Instagram, Facebook y LinkedIn.

5. CONCLUSIONES

De acuerdo al estudio realizado, el análisis arroja como resultado un negocio rentable ya que el marketing a través la herramienta de las redes sociales garantiza que los clientes puedan visualizar los servicios que ofertan la publicidad a través de la plataforma web.

En sector donde se aplicará esta estrategia de social media marketing y según la investigación realizada se puede visualizar que las microempresas o empresas de la competencia han desarrollado esta herramienta por lo que se garantiza la ventaja competitiva por encima de dichos negocios.

Como conclusión de la presente investigación es que la tecnología, la ley deben estar unidas para poder abordar temas que son trascendentales en el país, a nivel internacional que puedan requerir de los servicios de un consultorio jurídico en línea. De acuerdo a la dogmática aplicada es factible realizar la investigación con resultados que se acogerán a tener ingresos productivos.

6. RECOMENDACIONES

Realizar una investigación de mercado donde desea asociarse, lo cual dará a elegir las estrategias más adaptables a la situación del negocio que se desea implementar.

Definir las acciones de marketing para las estrategias de promociones que exponga la identidad de consultoría legal.

Identificar nuevas oportunidades de negocio en ámbito jurídico que brinde servicios necesidades.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Carrión, R. (2017). Medios de pago de un comercio electrónico. human level, 1-20.
- Chocomeli, A. (2015). Tipos de tiendas de comercio electrónico. 4 webs, 1-5.
- Electrónico, A. E. (2008). Libro blanco del comercio electrónico. España: AECCEM.
- Esparcia, A. C. (2014). Abogados y redes sociales. Estudios de casos, 1-133.
- Espinosa, R. (6 de mayo del 2014). MANEJO DEL MARKETING MIX. Colombia.
- Fonseca, A. (2015). Marketing Digital en Redes Sociales: Lo imprescindible en Marketing Online. Barcelona: UOC.
- Futteher, S. (2013). Social Bussiness. En S. Futteher. Barcelona: Best Relations S.L.
- keller, K. (2013). Dirección de Marketing. Mexico: Pearson.
- Marquina-Arenas, J. (2013). Plan de social media marketing y commuty mannager. Barcelona: UOC.
- Martínez, J. J. (2013). Revista de Derecho u. UNED, 24.
- Moreno, M. (2015). Cómo triunfar en redes sociales. Barcelona: Gestion 2000.
- Pigneur, A. O. (2015). Generación. modelo de negocios, 1-288.
- Pino, I. (2017). Tu plan de comunicación on line. Pland de comunicacion on line, 1-42.