

**PLAN DE MARKETING JURIDICO PARA INCREMENTAR LA  
CARTERA DE CLIENTES DEL ESTUDIO JURIDICO ABOGADOS  
MALDONADO & ASOCIADOS E.I.R.L CHICLAYO, 2017**

**LEGAL MARKETING PLAN TO INCREASE THE PORTFOLIO OF  
CLIENTS OF THE JURIDICAL STUDY ABOGADOS MALDONADO &  
ASOCIADOS E.I.R.L CHICLAYO, 2017**

Maldonado Gómez Renzo Jesús.

***Resumen***

La presente investigación tiene de objetivo elaborar una Plan de marketing Jurídico para incrementar la cartera de clientes del Estudio Jurídico Abogados Maldonado & Asociados E.I.R.L, Chiclayo, 2017 y se justifica incrementar la cartera de clientes y así satisfacer las necesidades de la región.

Se aplica una investigación descriptiva porque se busca describir la realidad de la empresa en su evaluación diagnóstico a partir de ello plantear un Plan de Marketing Jurídico por la escasez de clientes. También exploratorio al considerarse una investigación al examinar un tema que no ha analizado comúnmente y el cual va a permitir realizar un enfoque más completo sobre enfoques de sucesos reales y con diseño No experimental al no manipularse las variables sin experimento alguno con corte transversal al realizarse la investigación se realizará en un periodo de tiempo la investigación y su método inductivo, con una población 23,887 clientes potenciales, 5 clientes reales y 5 trabajadores y una muestra 6,84780 clientes potenciales pero por conveniencia se utilizara a 109 clientes potenciales para aplicar la encuesta., 5 clientes reales y 5 trabajadores.

La formulación del problema ¿En qué medida Plan de Marketing Jurídico del Estudio Jurídico Abogados Maldonado & Asociados E.I.R.L incrementara la cartera de clientes, Chiclayo, 2017?, siendo sus variables: Plan de marketing Jurídico y Cartera de Clientes.

Se concluye las Estrategias del marketing jurídico se basa en los 4 C de cliente, costo, conveniencia y comunicación se fundamenta en el marketing digital tenemos redes sociales, pagina web, blog, consulta legal digital, e-mail y otros para incrementar, fidelización y satisfacción de los clientes del Estudio Jurídico abogados Maldonado & asociados E.I.R.L

***Palabras Claves: Marketing, Plan de marketing Jurídico, Gestión de cartera de clientes, Cartera de clientes.***

## *Abstrac*

The objective of this research is to develop a Legal Marketing Plan to increase the client portfolio of the Law Firm Abogados Maldonado & Asociados E.I.R.L, Chiclayo, 2017 and it is justified to increase the client portfolio and thus satisfy the needs of the region.

A descriptive research is applied because it seeks to describe the reality of the company in its diagnostic evaluation, based on this, raise a Legal Marketing Plan due to the shortage of clients. Also exploratory when considering an investigation when examining a topic that has not been commonly analyzed and which will allow a more complete approach to be carried out on approaches to real events and with a Non-experimental design by not manipulating the variables without any experiment with a cross-section when performing the The investigation will be carried out in a period of time, the investigation and its inductive method, with a population of 23,887 potential clients, 5 real clients and 5 workers and a sample of 6,84780 potential clients, but for convenience, 109 potential clients will be used to apply the survey., 5 real clients and 5 workers.

The formulation of the problem To what extent will the Legal Marketing Plan of the Law Firm Maldonado & Asociados E.I.R.L increase the client portfolio, Chiclayo, 2017? Its variables being: Legal Marketing Plan and Client Portfolio.

It concludes the strategies of legal marketing is based on the 4 C of customer, cost, convenience and communication is based on digital marketing we have social networks, website, blog, digital legal consultation, e-mail and others to increase, loyalty and Client satisfaction of the Law Firm Maldonado & Asociados EIRL

Keywords: Marketing, Legal Marketing Plan, Client Portfolio Management, Client Portfolio.

## **1. Introducción**

En el presente artículo científico realizado una investigación del Estudio Jurídico Abogados Maldonado & Asociados E.I.R.L, inscrita en registros públicos con partida registral N.º 11236073.

El problema a investigar del Estudio Jurídico joven con poco tiempo en el mercado y recién se está siendo conocido en Chiclayo, teniendo en cuenta la competencia y mayor tiempo en el mercado de los demás Estudios Jurídicos de la región, por ser necesario para captar mayores clientes utilizando las estrategias y plan de acción respondiendo a las necesidades del Estudio Jurídico y al mercado, siendo el plan de marketing indispensable para el desarrollo requerido de toda empresa.

En el plan de Marketing jurídico desarrollado análisis situacional, evaluación del entorno interno y externo, matriz FODA y la formulación de estrategia de los 4C siendo Cliente, Costo, Conveniencia, Comunicación también evaluación y control de la estrategia para así, el Estudio Jurídico Abogados Maldonado & Asociados E.I.R.L tenga numerosa cartera de clientes de distintos niveles socioeconómicos sea A, B, C y D; de preferencia A y B de personas naturales y del mismo modo tener clientes de distintas empresas, también llamado personas jurídicas en asesoría externa con patrocinio legal de primer nivel con Staff de abogados de amplia experiencia.

## 2. Material y métodos

El método de investigación es inductivo porque lo específico a lo general, en esta investigación se buscó partir del Plan Marketing Jurídico se para incrementar la cartera de clientes.

Tipo investigación descriptivo porque se busca describir la realidad de la empresa en su evaluación diagnóstico a partir de ello plantear un Plan de Marketing Jurídico por la escasez de clientes (Sampieri, 2014)

También es una investigación Exploratorio al ser un estudio poco abordado en este caso Plan de Marketing Jurídico en los Estudios Jurídicos de nuestro país.

El diseño fue No experimental con corte transversal al no manipularse las variables sin experimento alguno y la investigación se realizará en un periodo de tiempo.

Población: 23,887 clientes potenciales, 5 clientes reales y 5 trabajadores

Muestra: 6,84780 clientes potenciales, 5 clientes reales y 5 trabajadores

Trabajadores 5

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$
$$n = \frac{23,887 \times 0,5^2 \times 1,96^2}{(23,887-1) \times 0,01^2 + 0,5^2 \times 1,96^2}$$
$$n = \frac{23,887 \times 0,25 \times 3,84}{(23,886) \times 0,0001 + 0,25 \times 3,84}$$
$$n = \frac{22,930,56}{2,3886 + 0,96}$$
$$n = \frac{22,930,56}{3,3486}$$
$$n = 6,847,80$$

La muestra es. 6,84780 clientes potenciales, pero por conveniencia se utilizará a 109 clientes potenciales para aplicar la encuesta a conveniencia del autor.

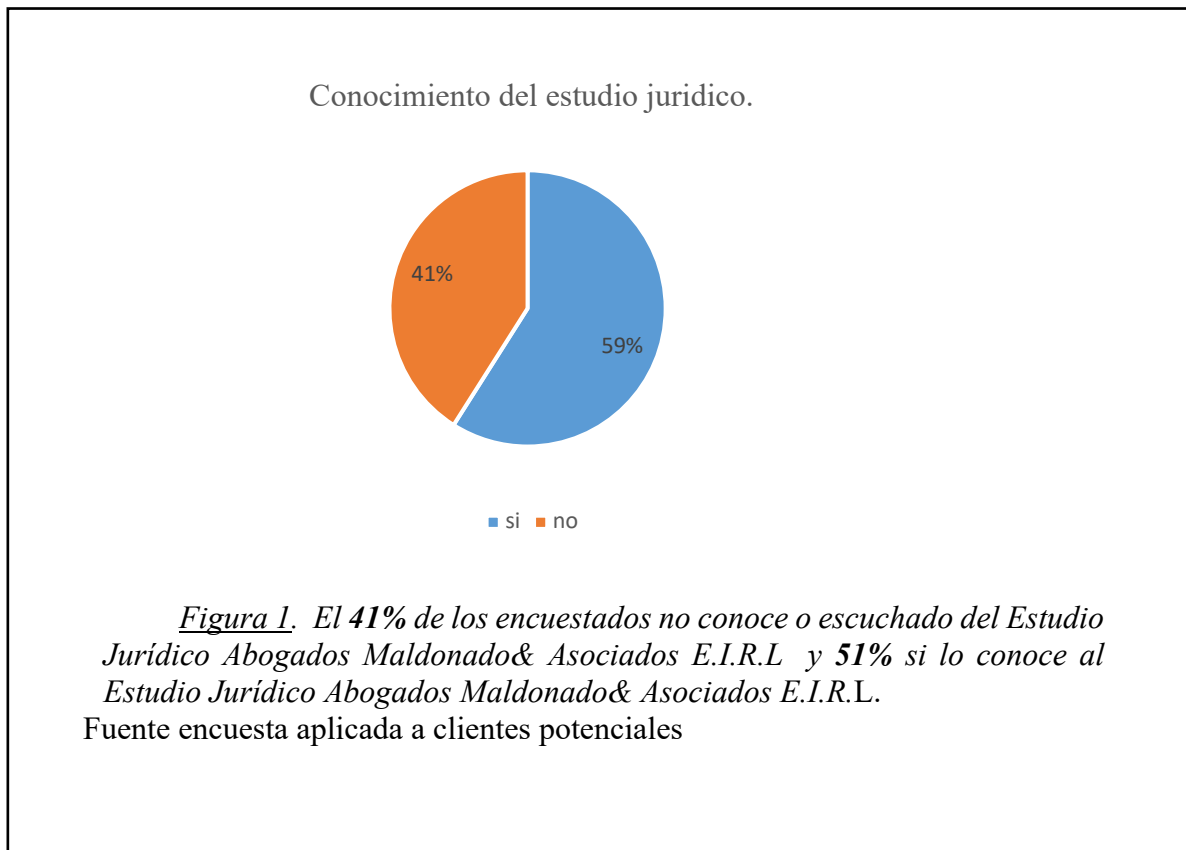
### 3. Resultados

A partir de los datos recolectados con las encuestas a continuación demostraremos algunos de los más importantes datos recolectados.

#### Resultados de encuesta a Clientes Potenciales.

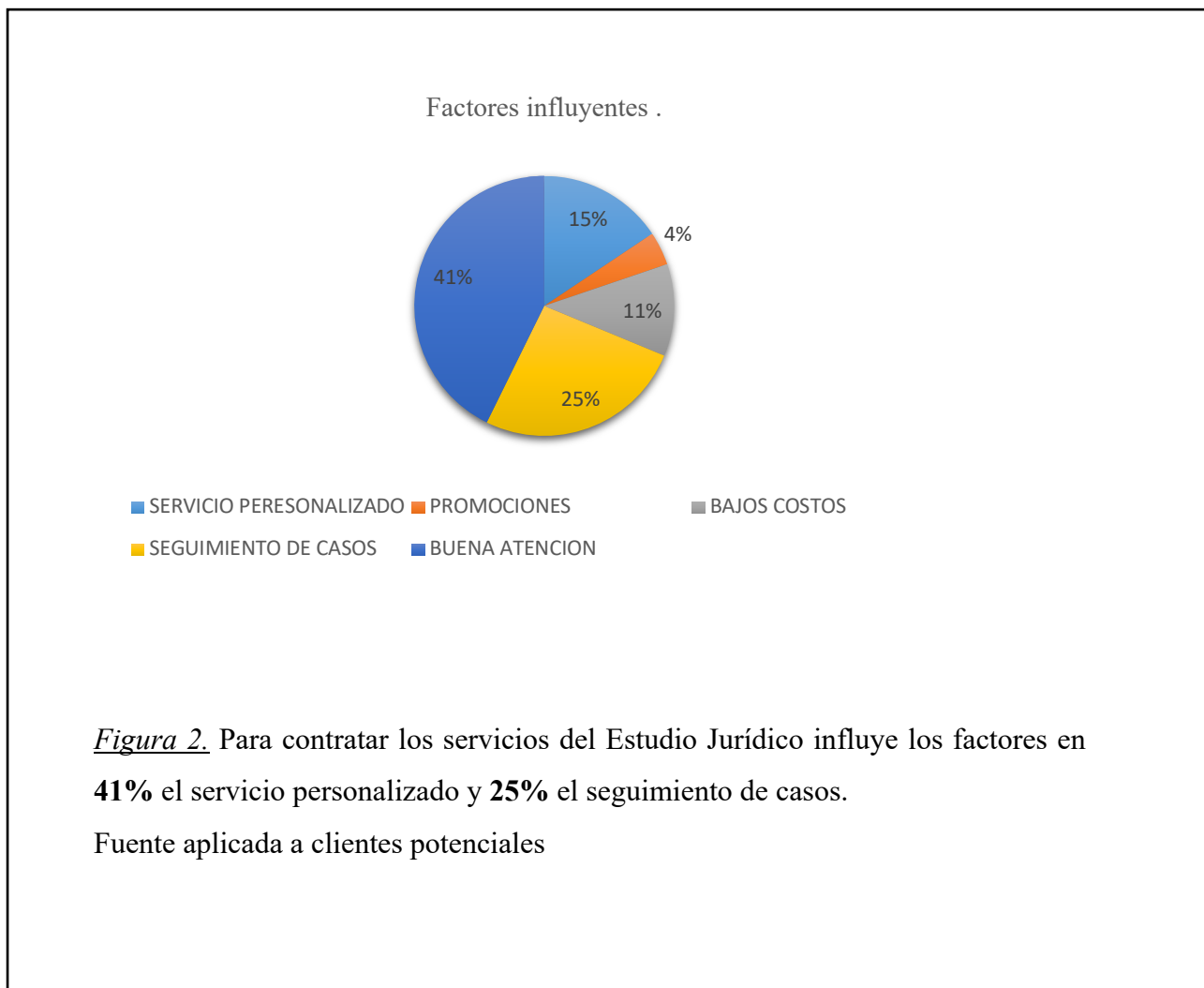
**Figura 1**

*Conocimiento del estudio jurídico*



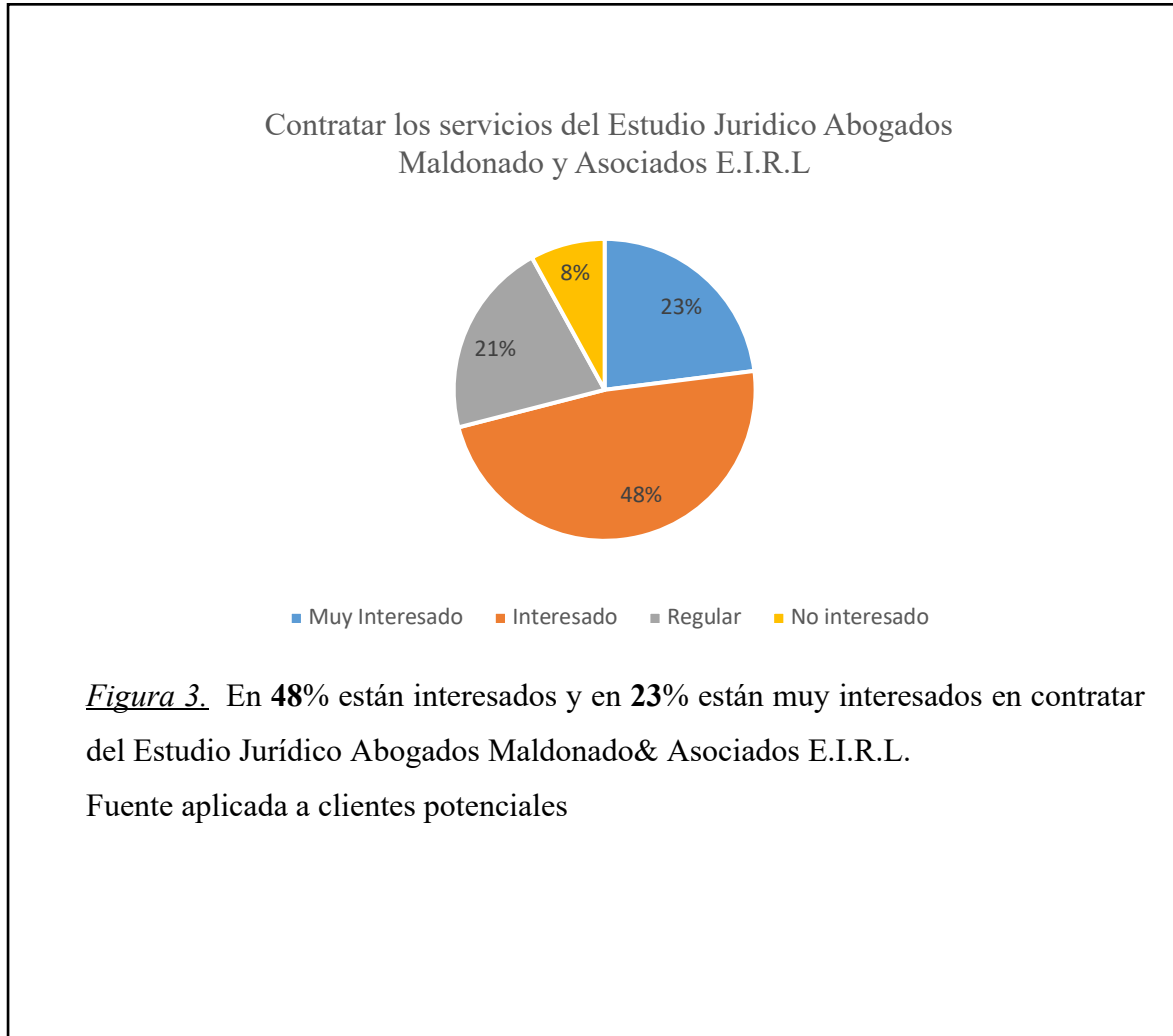
**Figura 2**

*Factores influyentes*



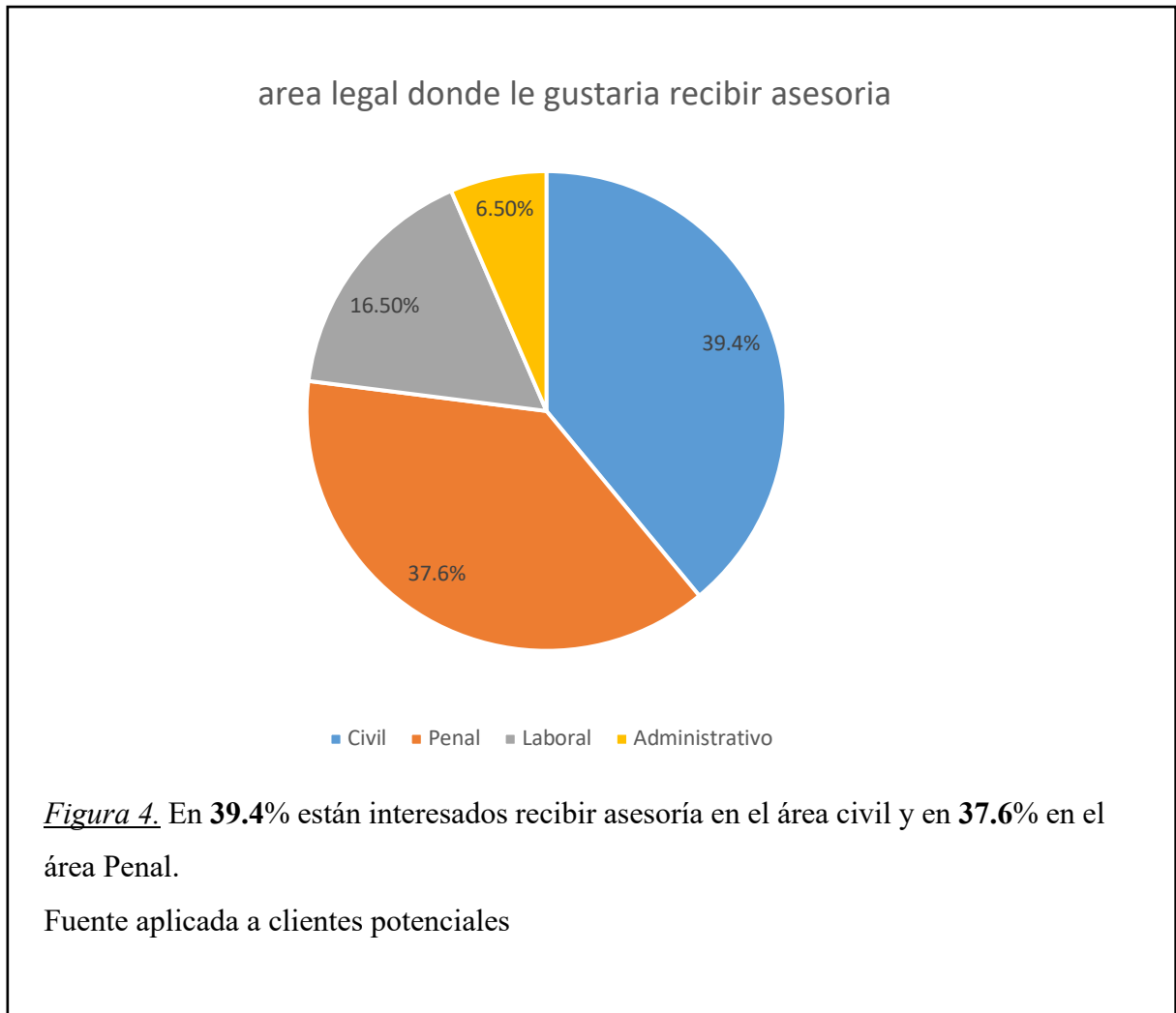
**Figura 3**

*Contratar los servicios del Estudio Jurídico Abogados Maldonado y Asociados E.I.R.L*



#### Figura 4

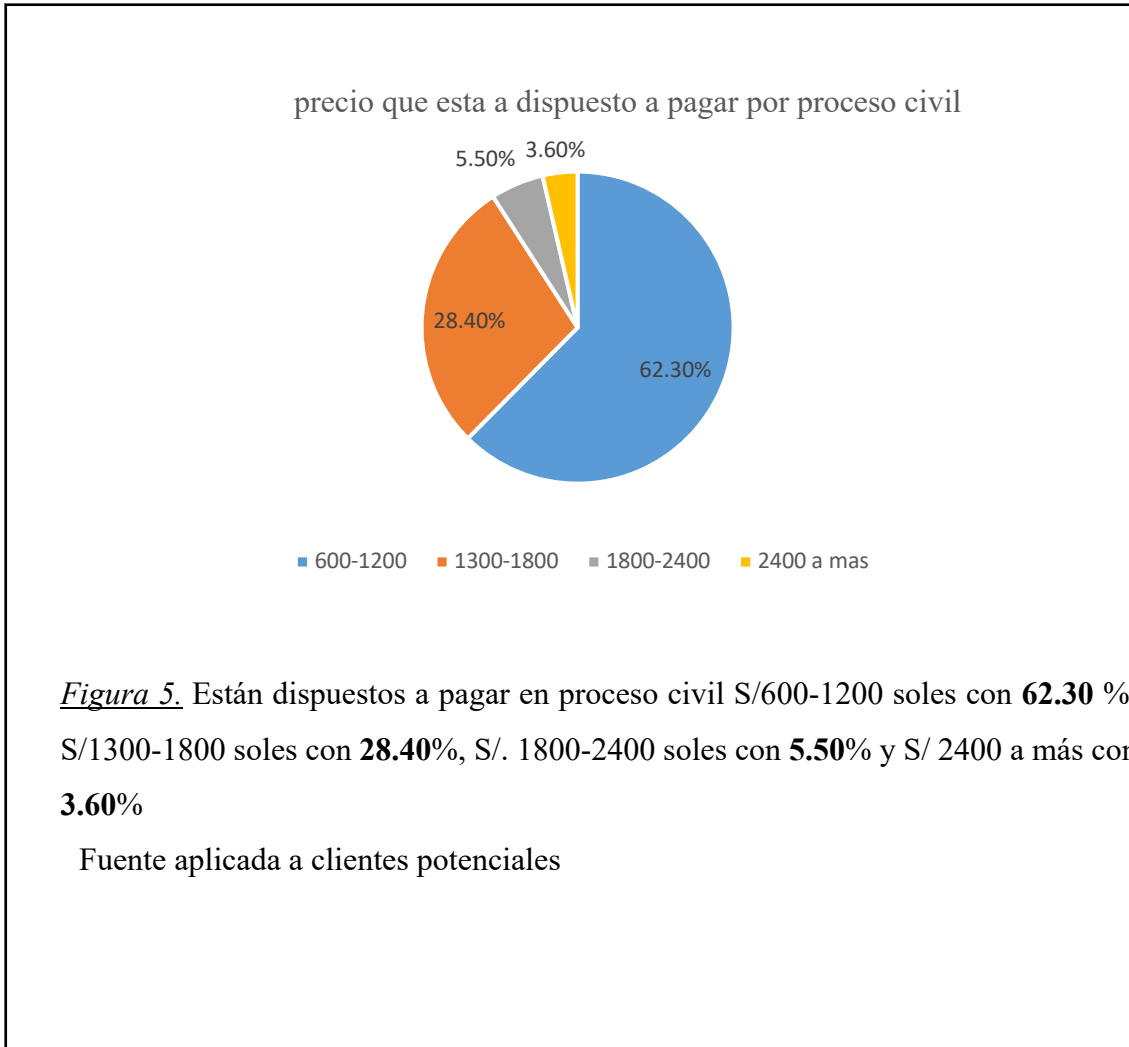
Área donde le gustaría recibir asesoría





## Figura 5

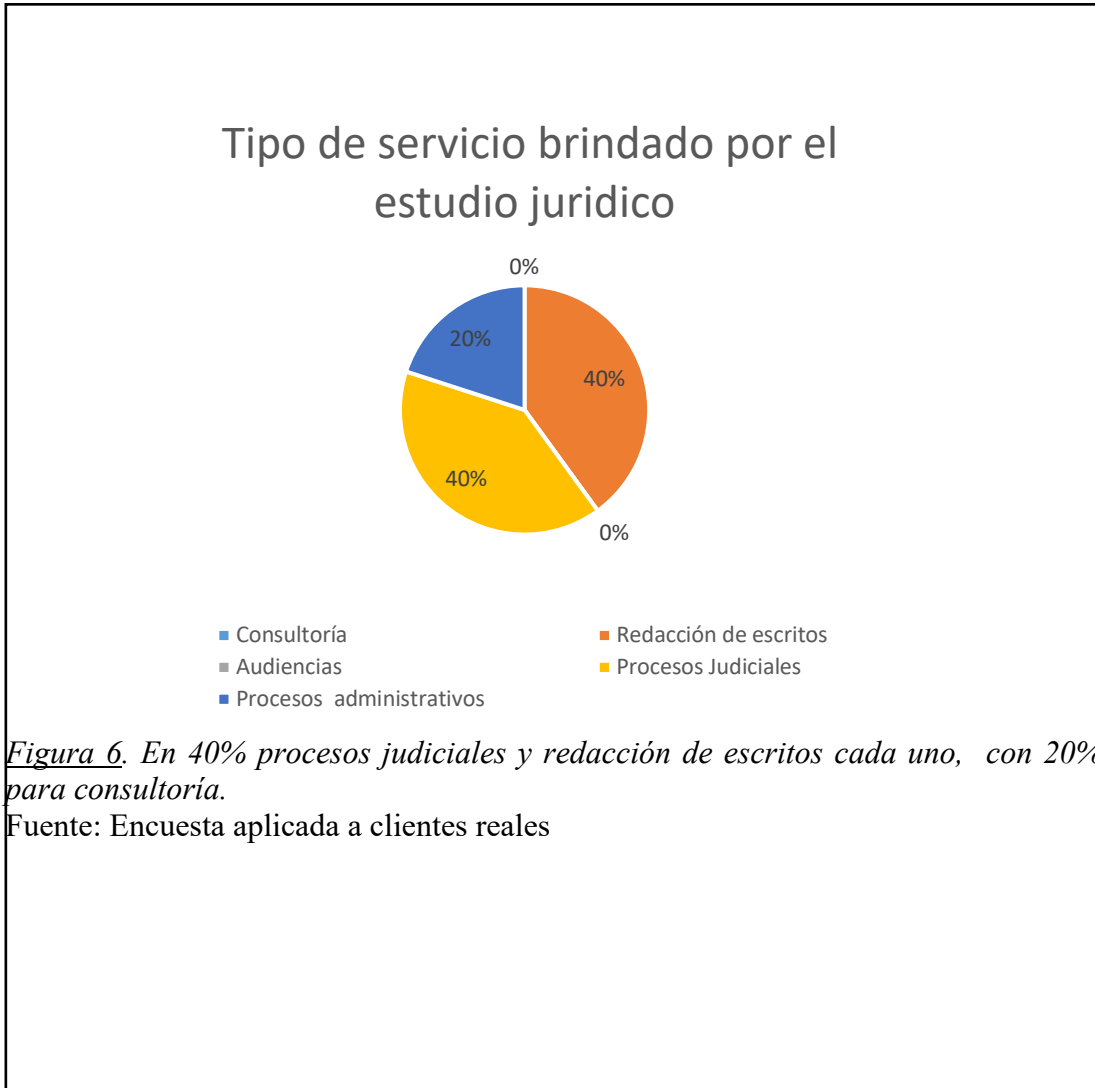
*Precio que esta a dispuesto a pagar por proceso civil*



### 3.1.1 Clientes Reales.

**Figura 6**

*Servicio brindado por el estudio jurídico*

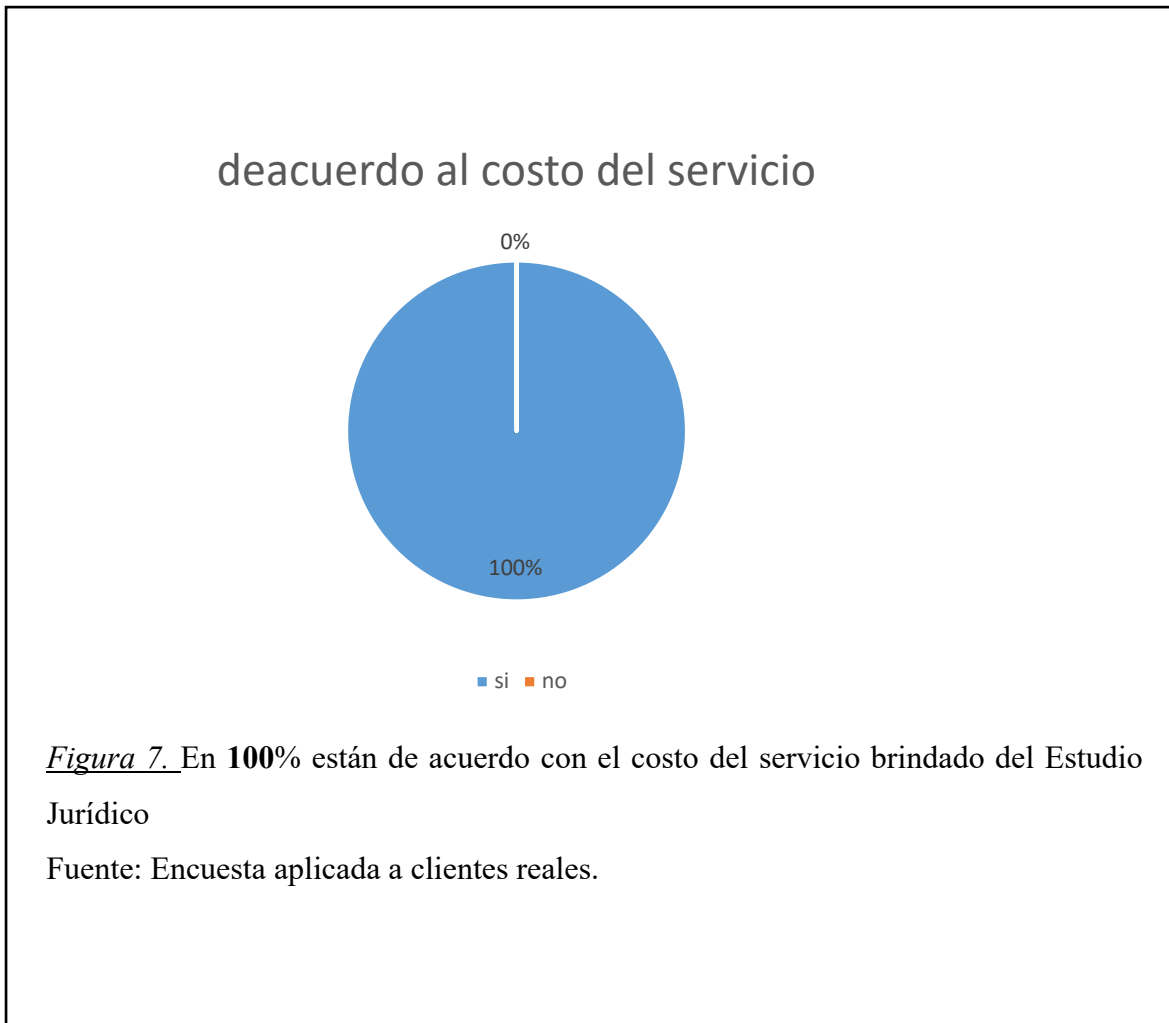


*Figura 6. En 40% procesos judiciales y redacción de escritos cada uno, con 20% para consultoría.*

Fuente: Encuesta aplicada a clientes reales

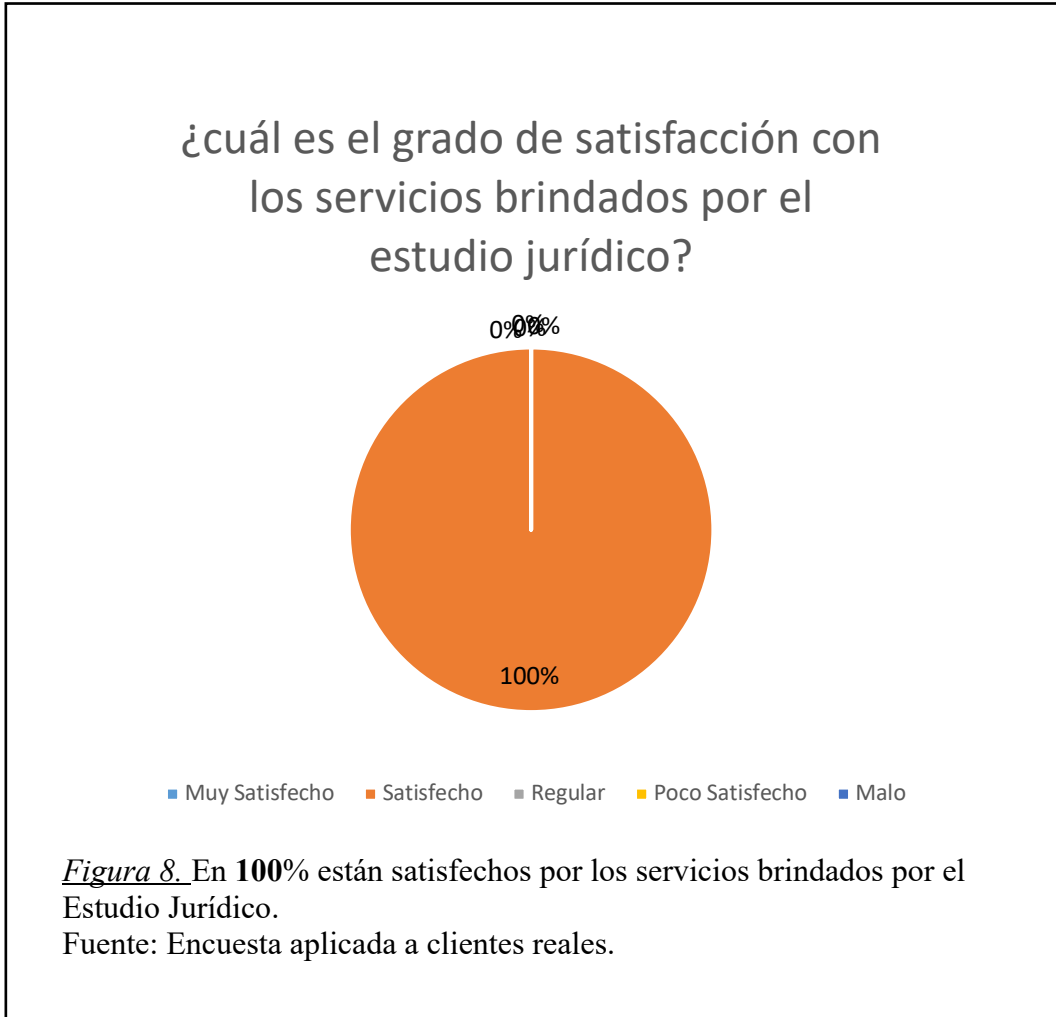
## Figura 7

*De acuerdo al costo del servicio*



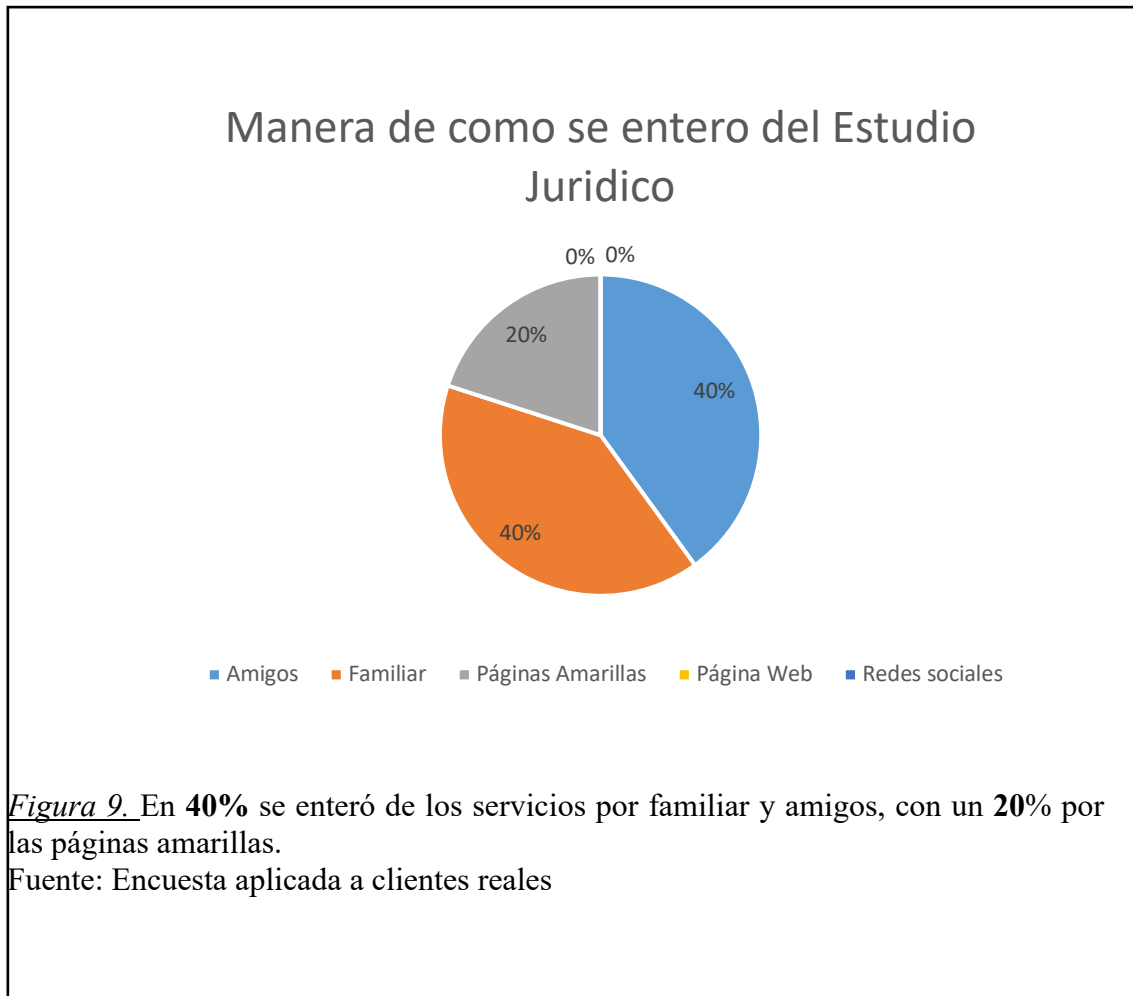
**Figura 8**

*¿Cuál es el grado de satisfacción con los servicios brindados por el estudio jurídico?*



**Figura 9**

*Manera de cómo se enteró del Estudio Jurídico*

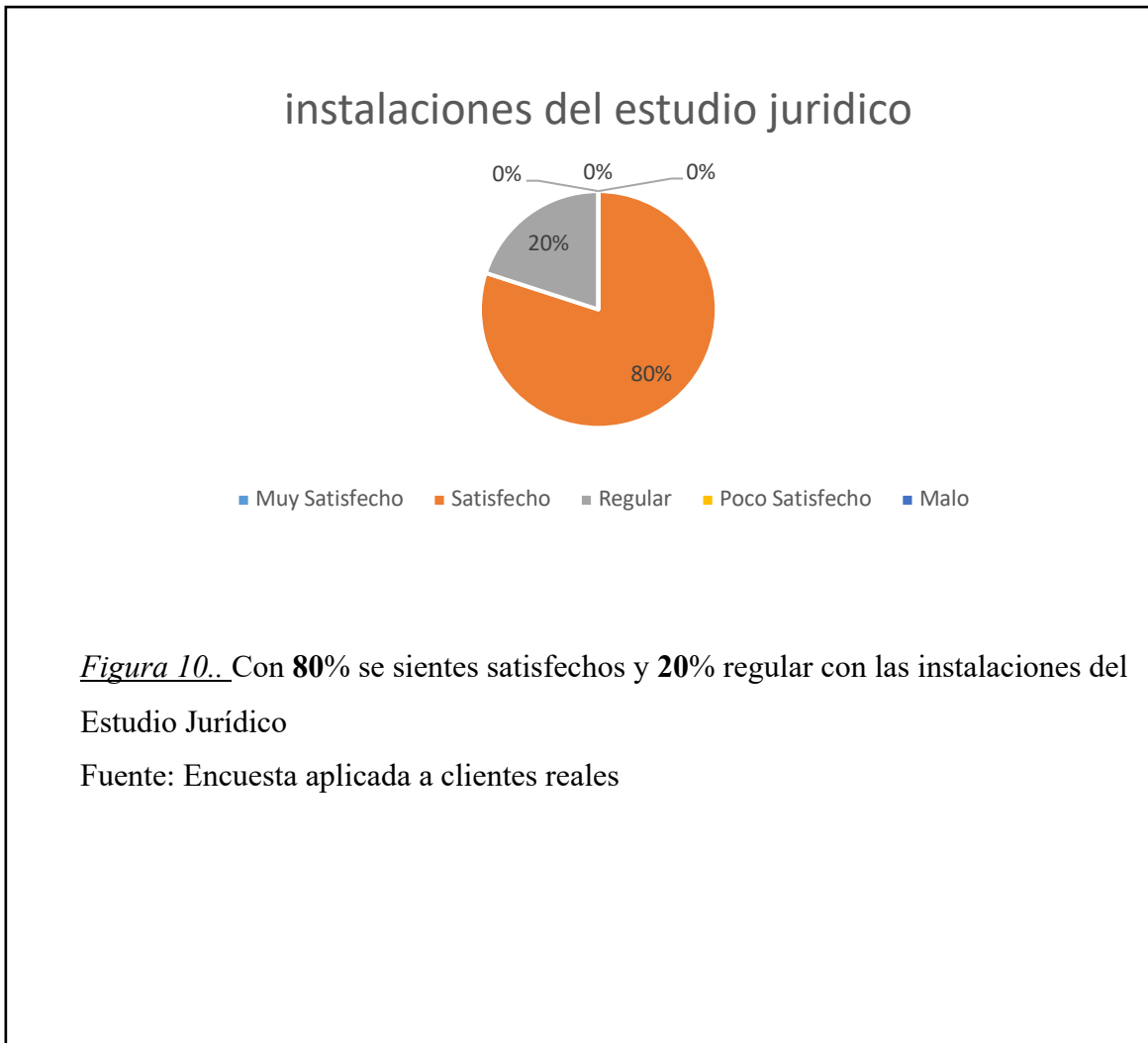


*Figura 9.* En **40%** se enteró de los servicios por familiar y amigos, con un **20%** por las páginas amarillas.

Fuente: Encuesta aplicada a clientes reales

**Figura 10**

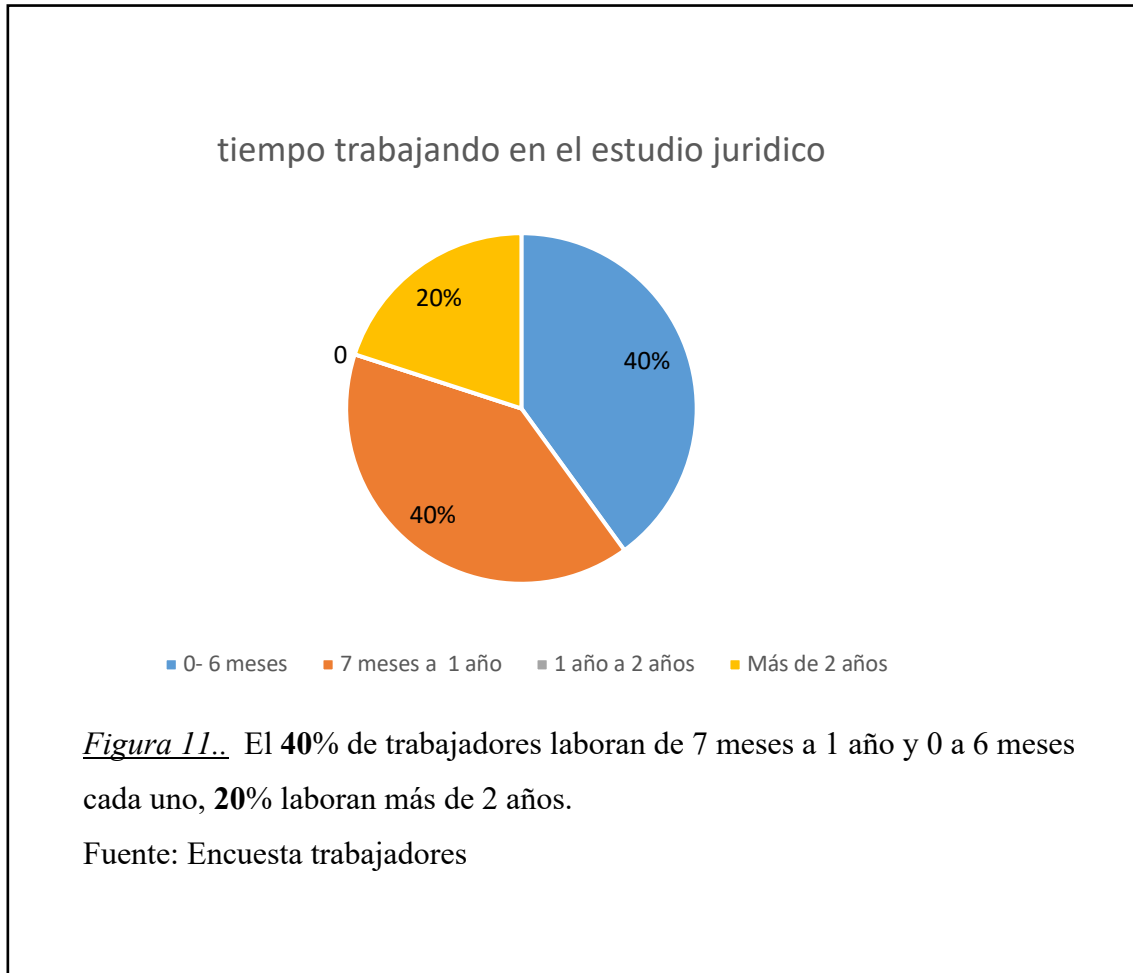
*Instalaciones del estudio jurídico*



## Trabajadores.

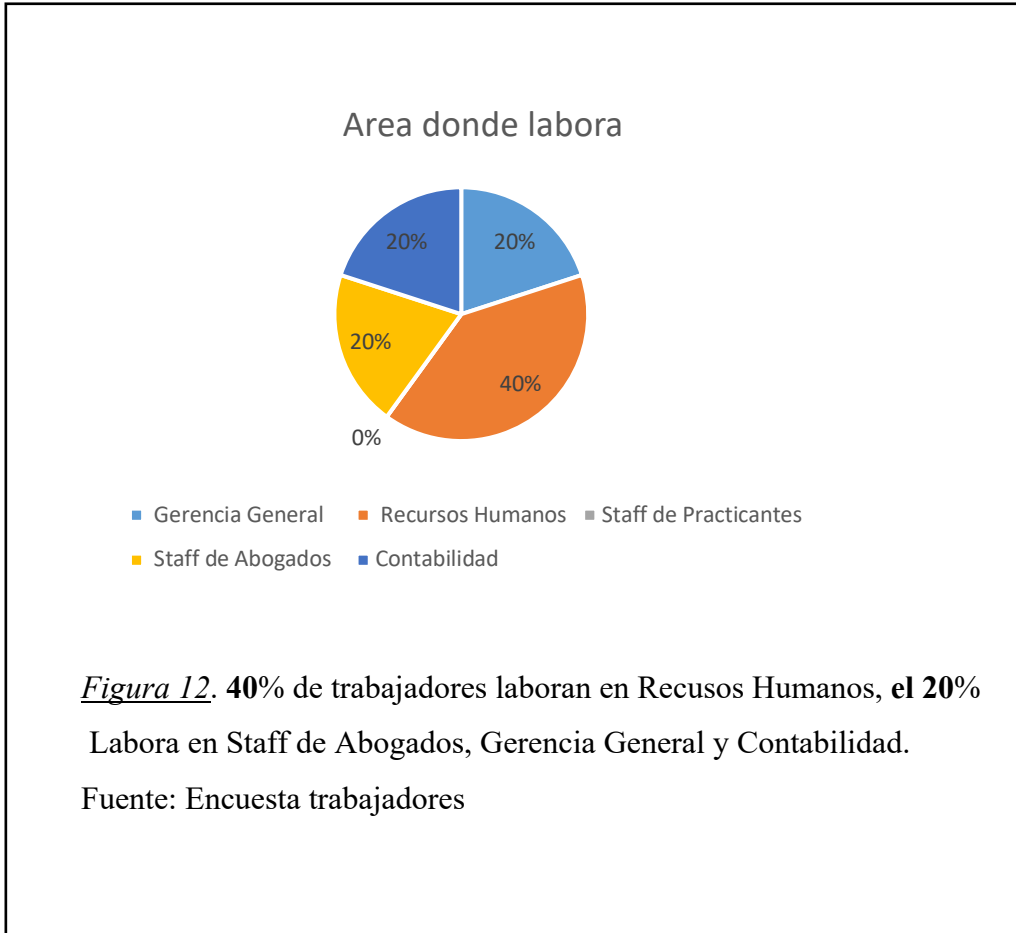
**Figura 11**

*Tiempo trabajando en el estudio juridico*



**Figura 12**

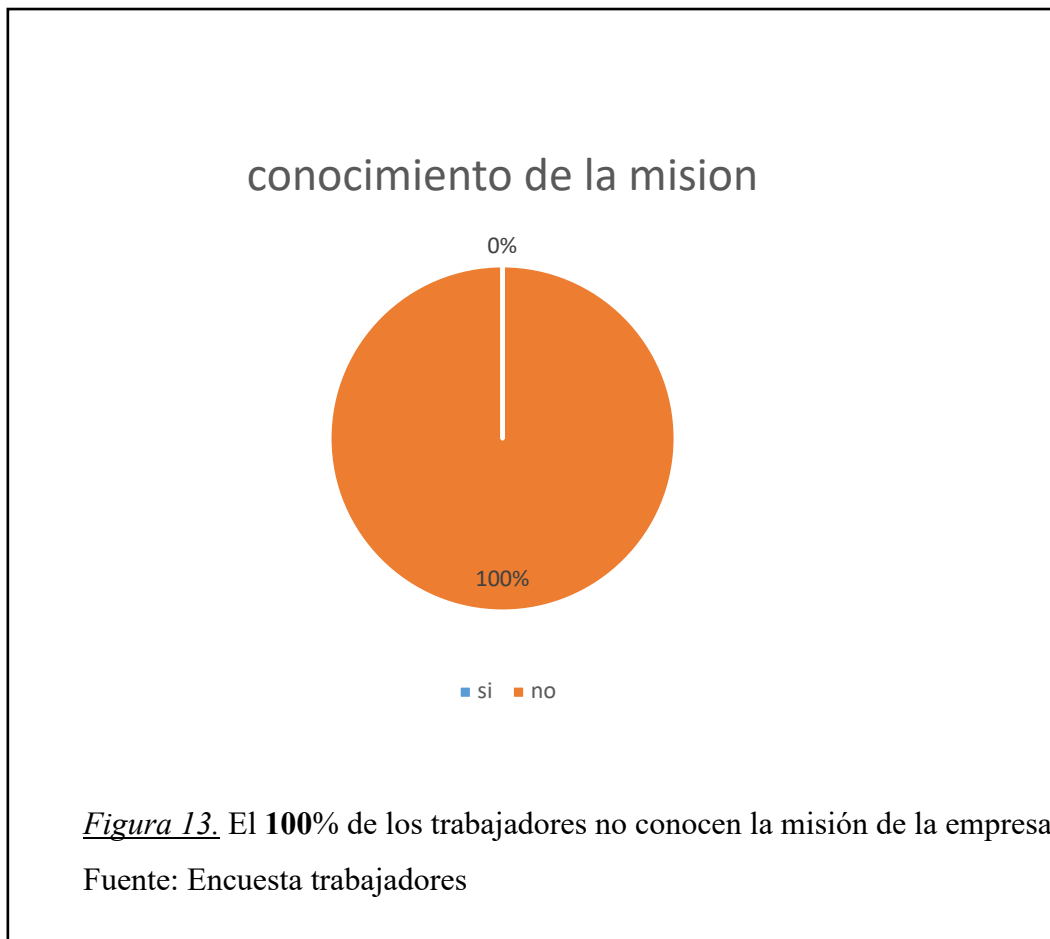
*Área donde labora*





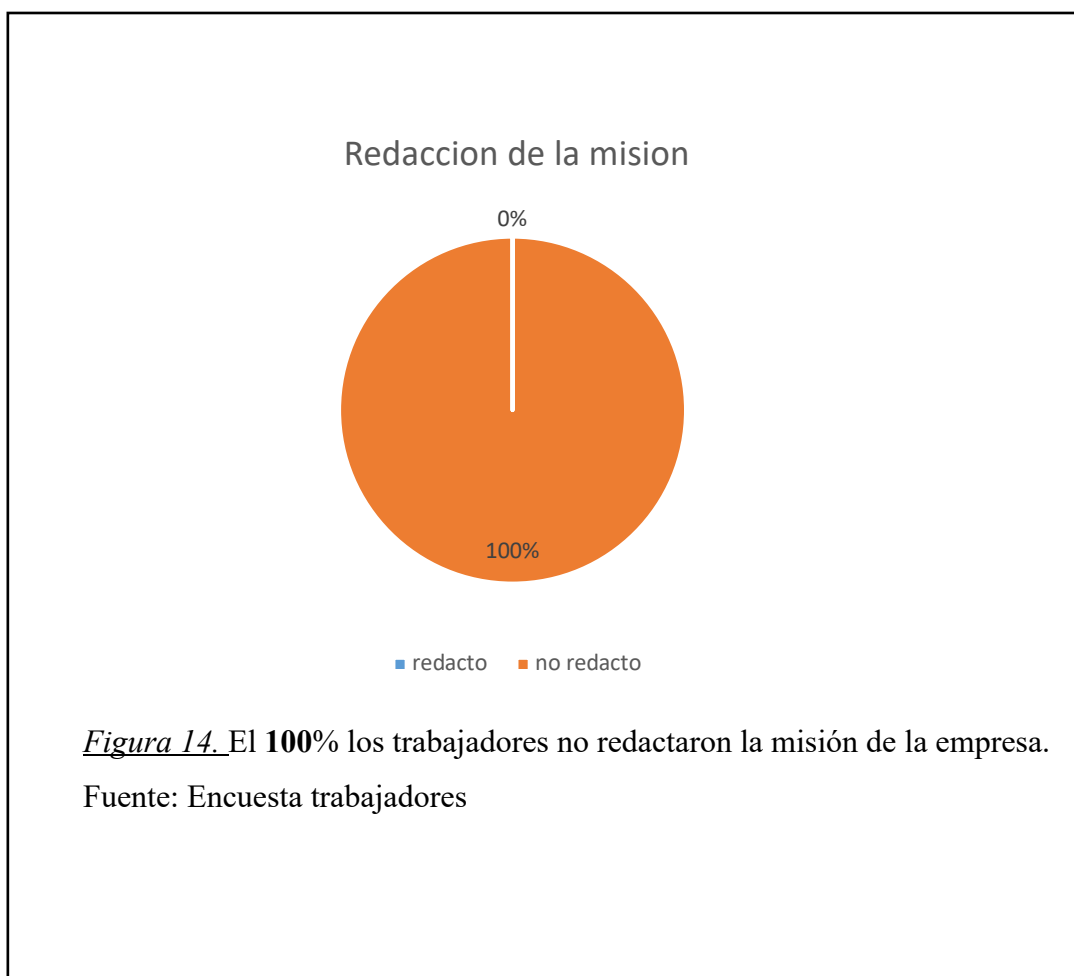
### Figura 13

#### Conocimiento de la misión



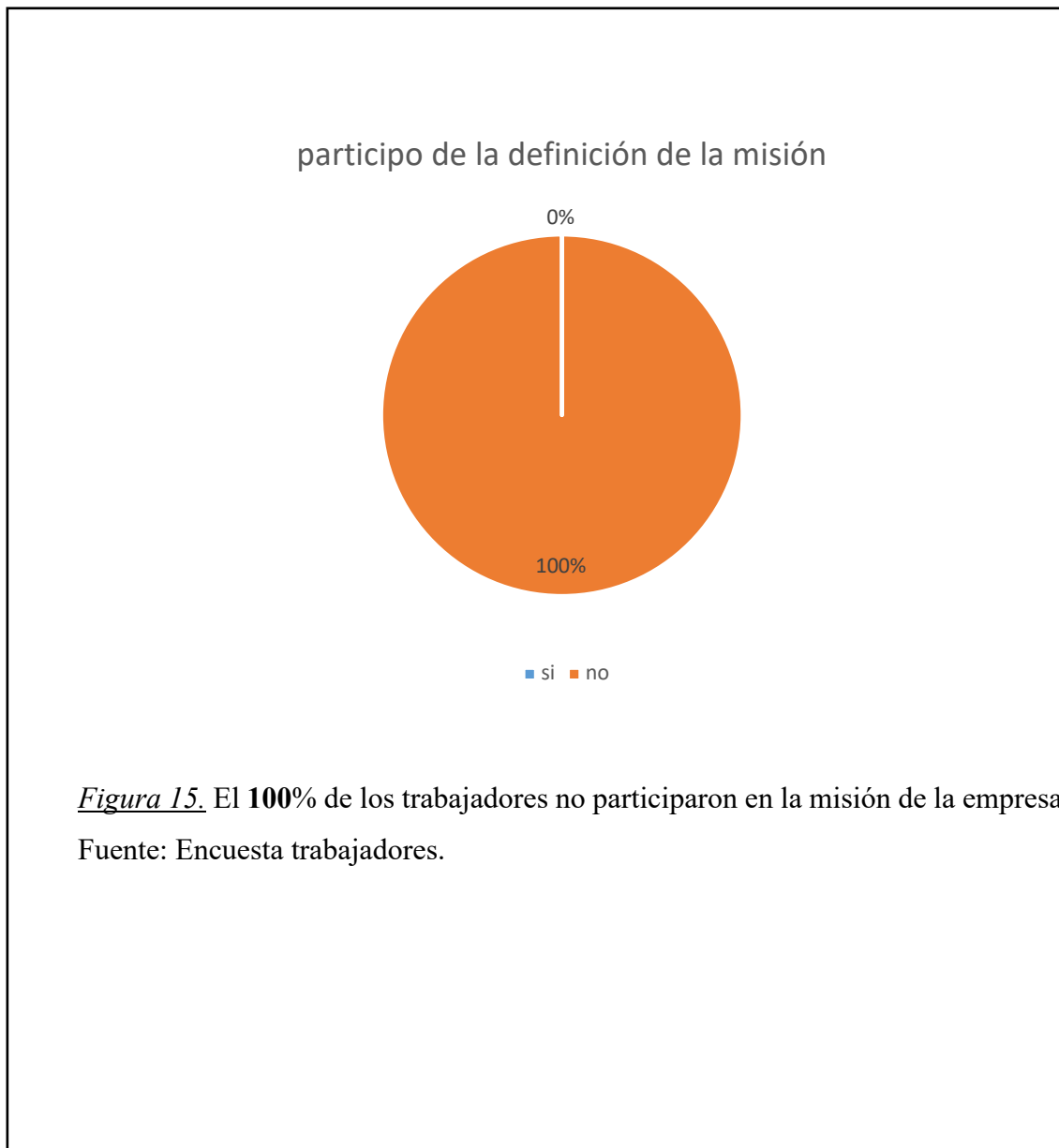
## Figura 14

### *Redacción de la misión*



**Figura 15**

*Participo de la definición de la misión*



*Figura 15.* El **100%** de los trabajadores no participaron en la misión de la empresa.  
Fuente: Encuesta trabajadores.

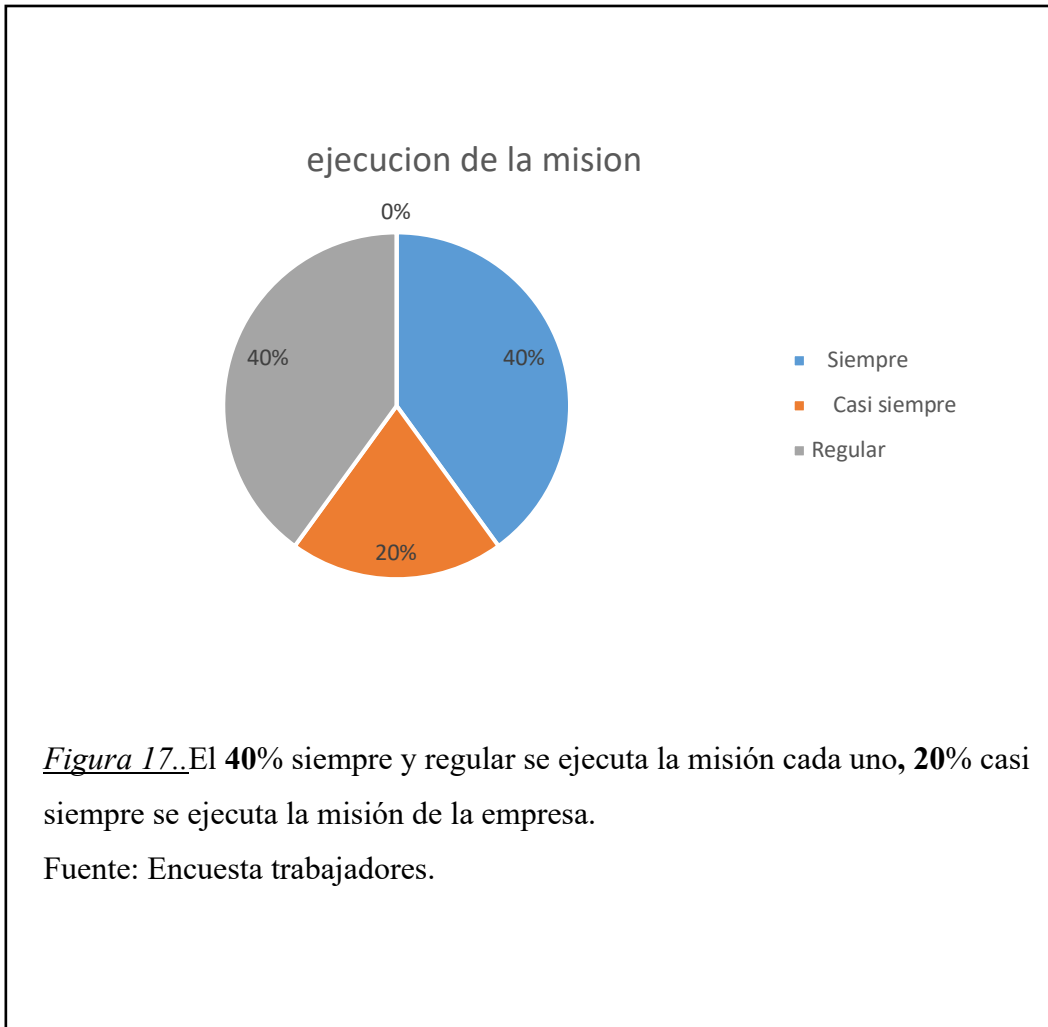
**Figura 16**

*Compromiso con la misión*



## Figura 17

### *Ejecución de la misión*



#### 4. Discusión

En la presente artículo científico se pretende incidir en la elaboración de un Plan de marketing Jurídico para incrementar la cartera de clientes del Estudio Jurídico Abogados Maldonado & Asociados E.I.R.L, Chiclayo, 2017; según Kotler y Armstrong (2012) señala sustentan que el marketing no es solo vender y hacer publicidad como mucha gente piensa, sin embargo las ventas y la publicidad son tan solo una parte del marketing, en la actualidad, el marketing debe entenderse en encontrar necesidades y satisfacerlas y Tobon (2008), El Marketing Jurídico está compuesta actividades y acciones planificadas para la toma de decisiones para mejorar a los bufets de abogados dedicados a ofrecer servicios de asesoría judicial, podemos señalar el marketing abarca muchos aspectos publicidad, posesiona- miento y la captación de clientes, siendo de vital importancia para el crecimiento y desarrollo de toda empresa más aún si los clientes reales con solvencia económica al ser rentable para la empresa y respecto al marketing jurídico es una especialidad del marketing suma importancia en la actualidad a los buffets de abogados en sus servicios de asesoría legal. En los resultados recogidos de las encuestas se contrasta en un 60% el grado de afluencia de los clientes al Estudio Jurídico es escaso y en 80% nunca realizan publicaciones resultados favorables de los Procesos judiciales del Estudio Jurídico.

En el antecedentes tenemos a nivel internacional coz (2015) “Plan de Marketing para un despacho de Abogados”, cuyo objetivo General es conseguir mayor cuota en el mercado y número de clientes para obtener rentabilidad cuyo resultado respecto el análisis el autor realizo sobre el campo jurídico, revelo principalmente que existe una gran aceptación de estos servicios y que el consumidor exigente se deja influir en familiares y amigos, obsidiana es un buffet, establecido con imágenes de otros estudios o buffet de abogados especializados en temas familiares y protección contra la mujer.

En el primer objetivo específico diagnosticar las estrategias del nivel de marketing jurídico que desarrolla el estudio jurídico abogados Maldonado & asociados E.I.R.L, según Porter la estrategia es el plan de juego para llegar a su cumplimiento, para lograr las metas u objetivos se debe formar y utilizar estrategias de marketing, una estrategia de tecnología compatible y además de una estrategia de aprovisionamiento; estamos de acuerdo la estrategia es fundamental para fijar los objetivos para posterior plan de marketing pero primero debo identificar las estrategias de marketing utilizados

por el Estudio Jurídico Abogados Maldonado & Asociados E.I.R.L para ello paso a precisar los resultados de las encuestas a los clientes reales 20% páginas amarillas y de mejoraría del servicio recibido en 60% especifica la publicidad; en las encuestas los trabajadores señalan en 100% la página web el medio publicitario utiliza el Estudio Jurídico para la difusión de sus servicios

En el segundo objetivo específico analizar la gestión de cartera de clientes del estudio jurídico abogados Maldonado & asociados E.I.R.L, Universidad Señor de Sipan, (2016) No siempre existe un plan para los clientes a comienzo del siglo pasado, ha ido evolucionado en el tiempo, ahora se basa eficacia y excelencia en el producto o servicio brindado del proveedor; esto es esencial para captar los clientes y así tener una cartera de clientes en el transcurso del tiempo con una buena gestión del mismo. En el trabajo de campo aplicado las encuestas a los trabajadores en 40% el estudio jurídico nunca utiliza una base de datos y organizaciones a las necesidades de los clientes.

En los antecedentes a nivel internacional LUZARDO, 2013 La tesis titulada “Estrategias promocionales para la captación de clientes en el área de repuestos y sector de servicios automotriz en el municipio de Maracaibo”, que su objetivo general se tiene formular estrategias promocionales para la captación de clientes en el aérea de repuestos y servicios en el sector automotriz en el municipio Maracaibo, en esto se puede apreciar gestión de captación de clientes para el municipio en mención.

En el tercer objetivo específico diseñar estrategias de marketing jurídico para incrementar, fidelización y satisfacción de los clientes del Estudio Jurídico abogados Maldonado & asociados E.I.R.L, Universidad Señor de Sipan, (2016) la fidelización es una estrategia de marketing la cual permite que las empresas consigan clientes fieles a sus marcas, es importante señalar que no es lo mismo retener que fidelizar al cliente y la satisfacción justo precisar es bien conocido el dicho que dice el cliente siempre tiene la razón mas no muchas veces se pone en práctica este ritual por las opiniones distintas que tiene los trabajadores, si bien es cierto el cliente siempre tiene “su razón” mas no siempre la razón por eso una forma de satisfacer al cliente en el momento es haciéndole creer que está en lo cierto; del particular señalo la fidelización y satisfacción del cliente permite al Estudio Jurídico posicionamiento y el incremento de la cartera de clientes con la aplicación del Marketing Jurídico. En los resultados de las encuestas a trabajadores en si el Estudio Jurídico se preocupa en conservar buenas relaciones con sus clientes y relaciones y servicios postventa en 80% regular; a los clientes potenciales del medio publicitario le gustaría enterarse de información del Estudio Jurídico en 44.95% redes

sociales y en 22% página web, en 68.80% le gustaría recibir el servicio jurídico en el Estudio Jurídico y los costos varían en un proceso civil dispuestos a pagar S/ 600-1200 soles con 62.30%, en proceso penal S/ 1100-2000 soles con 45,80%, en proceso laboral S/0-1100 soles con 38.50% en condición de empleador y en condición de trabajador el 20% de la liquidación con 54.12%, se puede apreciar los clientes potenciales desean contratar los servicios legales a menor precio con servicio de calidad.

En los antecedentes nacionales encontramos Castillo, 2016 en la tesis titulada: “Estrategias de marketing relacional y la fidelización de los clientes de la empresa Chimú Agropecuaria S.A. - Trujillo - 2015 ”, que su objetivo general es determinar las estrategias de marketing relacional y la fidelización de los clientes de la empresa chimú agropecuaria s.a., en la ciudad de Trujillo durante el año 2015, que sobre particular resulta necesario desarrollar plan de marketing jurídico a favor del Estudio Jurídico Abogados Maldonado & Asociados E.I.R.L para captación de clientes.



## **5. Conclusiones**

He concluido resulta indispensable para el estudio jurídico Abogados Maldonado & asociados E.I.R.L implemente el plan de marketing jurídico para incrementar su cartera de clientes satisfaciendo sus necesidades y soluciones a sus litigios legales

Las estrategias de marketing de manera empírica utilizan la página web de la empresa y red social de su página del Facebook en el Estudio Jurídico Abogados Maldonado& Asociados E.I.R.L.

La gestión de cartera de cliente mediante el recojo de información de la empresa concluyo que tiene una lista de expedientes judiciales de clientes reales de sus procesos y nunca utiliza una base de datos de clientes potenciales.

Las Estrategias del marketing jurídico se basa en los 4 C de cliente, costo, conveniencia y comunicación se fundamenta en el marketing digital tenemos redes sociales, página web, blog, consulta legal digital, e-mail y otros para incrementar, fidelización y satisfacción de los clientes del Estudio Jurídico abogados Maldonado & asociados E.I.R.L.

## 6. Referencias

Castillo Pinedo, L. R. (2016). REPOSITARIO UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO. Recuperado el 08 de DICIEMBRE de 2017, de <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/8075>.

Coz Martinez,A. (2015). REPOSITARIO DIGITAL UPC. <https://repositorio.upct.es/handle/10317/5110>LUZARDO, Y. C. (2013).

UNIVERSIDAD RAFAEL URDANETA. Recuperado el 08 de DICIEMBRE de 2017,de[http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/7QBIEATMU5483QD88BRT97G9A797KU1B9HKE85Y3DB6879T37T-26647?func=full-set-](http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/7QBIEATMU5483QD88BRT97G9A797KU1B9HKE85Y3DB6879T37T-26647?func=full-set-set&set_number=009905&set_entry=000001&format=999)

[set&set\\_number=009905&set\\_entry=000001&format=999](http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/7QBIEATMU5483QD88BRT97G9A797KU1B9HKE85Y3DB6879T37T-26647?func=full-set-set&set_number=009905&set_entry=000001&format=999)

Sampieri, R. H. (2014). *Metodologia de la investigacion 6ta edicion*. Mexico.

Sipan, u. s. (2016). *Venta y Cartera de Clientes*. Chiclayo.

Tobon(2008).[https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1021/Marketing %20Juridico.pdf](https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1021/Marketing%20Juridico.pdf)

Philip Kotler, Gary Armstrong,. (2012). *Marketing*. España: Pearson Education.

Virú, Y. R. (2010). *Investigacion y desarrollo de tesis*. lima, Perú.