



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

TEMA:

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS LEGALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL,
MEDIANTE UNA APLICACIÓN MÓVIL.**

AUTOR:

Andrade Vera Manuel Andrés

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero En Desarrollo De Negocios Bilingüe**

TUTOR:

Eco. Ribadeneira López Carlos Luis

Guayaquil, Ecuador

2017



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **ANDRADE VERA MANUEL ANDRÉS**, como requerimiento para la obtención del título de **INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE**.

TUTOR

f. _____

Eco. Ribadeneira López Carlos Luís

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Castro Peñarreta Ángel Aurelio, MBA

Guayaquil, a los 21 días del mes de septiembre del año 2017



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Andrade Vera Manuel Andrés**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Propuesta para la creación de una empresa de servicios legales, en la ciudad de Guayaquil, mediante una aplicación móvil** previo a la obtención del título de **Ingeniero en desarrollo de negocios bilingüe** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 21 días del mes de septiembre del año 2017

EL AUTOR:

f. _____

Andrade Vera Manuel Andrés



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

AUTORIZACIÓN

Yo, Andrade Vera Manuel Andrés

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta para la creación de una empresa de servicios legales en la ciudad de Guayaquil, mediante una aplicación móvil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 21 días del mes de septiembre del año 2017

EL AUTOR:

f. _____

Andrade Vera Manuel Andrés



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Castro Peñarreta, Ángel Aurelio, MBA

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Loor Ávila, Beatriz Annabell, Mgs

COORDINADOR DEL ÁREA DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Frías Casco, Camilo Edgar, MBA

OPONENTE

REPORTE URKUND



Urkund Analysis Result

Analysed Document:	TT Manuel Andrade v2 .docx (D30299616)
Submitted:	2017-08-30 23:42:00
Submitted By:	raul.santillan@cu.ucsg.edu.ec
Significance:	0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Madre, por permitirme dar esta oportunidad de lograr un objetivo

Agradezco a mi Padre, por esforzarse cada día y brindar su ayuda cuando la he necesitado.

Agradezco a mi hermano, que, sin importar la distancia, siempre estaremos dispuestos a ayudarnos, el uno para el otro.

Agradezco a mis docentes, que han tenido la paciencia de inculcarnos y enseñarnos lo maravilloso que es aprender en esta vida.

Agradezco a mis amigos, que hemos compartido todos los sustos durante todo el periodo.

Y;

Siempre estaré agradecido con todas las personas que contribuyan, por un mejor porvenir.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia; en primer lugar, a mi madre Paula Vera, a mi padre Vinicio Andrade y a mi hermano Gabriel Andrade;

Dedico este trabajo a todos los profesores de la carrera de Emprendedores, que han dedicado y compartido sus conocimientos, para estar preparados en este mundo competitivo.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN	iv
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	v
REPORTE URKUND	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA.....	viii
RESUMEN	xvii
ABSTRACT	xviii
INTRODUCCIÓN	19
CAPÍTULO 1	21
1. Descripción de la investigación	21
1.1. Tema	21
1.2. Justificación	21
1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio....	22
1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio	22
1.5. Objetivos de la Investigación	23
1.5.1. Objetivo General	23
1.5.2. Objetivos Específicos.....	23
1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y de Análisis de la Información	24
1.7. Planteamiento del Problema	25
1.8. Fundamentación Teórica del Trabajo de Titulación	26
1.8.1. Marco Referencial	26
1.8.2. Marco Teórico.....	28
1.8.3. Marco Conceptual	30
1.8.4. Marco Legal	31
1.8.5. Marco Lógico.....	33
1.9. Formulación De La Hipótesis Y/O De Las Preguntas De La Investigación De Las Cuáles Se Establecerán Los Objetivos...	34
1.10. Cronograma.....	34
CAPÍTULO 2	36
2. Descripción del Negocio	36
2.1. Análisis de la Oportunidad	36

2.1.1.	Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de negocio.....	37
2.2.	Misión, Visión y Valores de la Empresa.....	38
2.3.	Objetivos de la Empresa.....	39
2.3.1.	Objetivo General	39
2.3.2.	Objetivos Específicos.....	39
CAPÍTULO 3		41
3.	Entorno Jurídico de la Empresa	41
3.1.	Aspecto Societario de la Empresa	41
3.1.1.	Generalidades (Tipo de Empresa)	41
3.1.2.	Fundación de la Empresa.....	41
3.1.3.	Capital Social, Acciones y Participaciones	42
3.2.	Políticas de Buen Gobierno Corporativo	42
3.2.1.	Código de Ética	42
3.3.	Propiedad Intelectual	43
3.3.1.	Registro de Marca	43
3.3.2.	Derecho de Autor del Proyecto	44
3.4.	Presupuesto Constitución de la empresa	44
CAPÍTULO 4		46
4.	Auditoría de Mercado.....	46
4.1.	PEST	46
4.2.	Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria.....	50
4.3.	Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado.....	51
4.4.	Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones	52
4.5.	Análisis de la Oferta	55
4.5.1.	Tipo de Competencia	55
4.5.2.	Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial	56
4.5.3.	Características de los Competidores	57
4.5.4.	Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa	58
4.6.	Análisis de la Demanda	59
4.6.1.	Segmentación de Mercado.....	59
4.6.2.	Criterio de Segmentación	59
4.6.3.	Selección de Segmentos	59
4.6.4.	Perfiles de los Segmentos	60

4.7.	Matriz FODA.....	60
4.8.	Investigación de Mercado.....	62
4.8.1.	Método.....	62
4.8.2.	Diseño de la Investigación.....	62
4.8.2.1.	Objetivos de la Investigación.....	62
4.8.2.2.	Tamaño de la Muestra.....	62
4.8.2.3.	Técnica De Recogida Y Análisis De Datos.....	63
4.8.2.3.1.1.	Concluyente (Encuesta).....	63
4.8.2.4.	Análisis de Datos.....	64
4.8.2.5.	Resumen e interpretación de resultados.....	76
4.8.3.	Conclusiones de la Investigación de Mercado.....	76
4.8.4.	Recomendaciones de la Investigación de Mercado.....	77
CAPÍTULO 5.....		79
5.	PLAN DE MARKETING.....	79
5.1.	Objetivos: General y Específicos.....	79
5.1.1.	Mercado Meta.....	79
5.1.1.1.	Tipo y Estrategias de Penetración.....	79
5.1.1.2.	Cobertura.....	80
5.2.	Posicionamiento.....	81
5.3.	Marketing Mix.....	81
5.3.1.	Estrategia de Producto o Servicios.....	81
5.3.1.1.	Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado.....	82
5.3.1.2.	Amplitud y Profundidad de Línea.....	83
5.3.1.3.	Marcas y Submarcas.....	84
5.3.2.	Estrategia de Precios.....	84
5.3.2.1.	Precios de la Competencia.....	84
5.3.2.2.	Poder Adquisitivo del Mercado Meta.....	86
5.3.2.3.	Políticas de Precio.....	86
5.3.3.	Estrategia de Plaza.....	87
5.3.3.1.	Localización de Puntos de Venta.....	87
5.3.3.1.1.	Distribución del Espacio.....	88
5.3.3.1.2.	Merchandising.....	90
5.3.3.2.	Sistema de Distribución Comercial.....	92
5.3.3.2.1.	Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.....	92

5.3.3.3.	Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones	92
5.3.4.	Estrategias de Promoción.....	93
5.3.4.1.	Promoción de Ventas.....	94
5.3.4.2.	Publicidad	94
5.3.4.2.1.	Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje	94
5.3.4.3.2.	Estrategias ATL y BTL	95
5.3.4.4.	Estrategia de Lanzamiento	95
5.3.4.5.	Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad..	96
5.3.4.6.	Marketing Relacional.....	98
5.3.4.6.1.	Estrategias de E-Commerce	98
5.3.4.6.2.	Análisis de la promoción Digital de los Competidores: Web y Redes Sociales.....	98
5.3.4.6.3.	Cronograma.....	100
5.4.	Presupuesto de Marketing	100
CAPÍTULO 6		102
6.	Plan Operativo	102
6.1.	Producción.....	102
6.1.1.	Proceso Productivo	102
6.1.2.	Flujogramas de procesos	103
6.1.3.	Infraestructura	104
6.1.4.	Mano de Obra.....	105
6.1.5.	Capacidad Instalada	106
6.1.6.	Presupuesto.....	106
6.2.	Gestión De Calidad	107
6.2.1.	Políticas De Calidad.....	107
6.2.2.	Procesos De Control De Calidad	108
6.2.3.	Presupuesto.....	108
6.3.	Gestión Ambiental	109
6.3.1.	Políticas De Protección Ambiental	109
6.3.2.	Procesos De Control Ambiental	109
6.3.3.	Presupuesto.....	109
6.4.	Gestión de Responsabilidad Social	110
6.4.1.	Políticas De Protección Social.....	110

6.4.2.	Presupuesto.....	110
6.5.	Estructura Organizacional	111
6.5.1.	Organigrama.....	111
6.5.2.	Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias	111
6.5.3.	Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos.....	113
CAPÍTULO 7		119
7.	Estudio Económico-Financiero-Tributario.....	119
7.1.	Inversión Inicial.....	119
7.1.1.	Tipo De Inversión	119
7.1.1.1.	Fija.....	119
7.1.1.2.	Diferida.....	120
7.1.2.	Financiamiento De La Inversión.....	120
7.1.2.1.	Fuentes De Financiamiento.....	120
7.1.2.2.	Tabla De Amortización.....	121
7.1.3.	Cronograma De Inversiones.....	122
7.2.	Análisis De Costos	122
7.2.1.	Costos Fijos	122
7.2.2.	Costos Variables	123
7.3.	Capital De Trabajo	124
7.3.1.	Gastos De Operación.....	124
7.3.2.	Gastos Administrativos	124
7.3.3.	Gastos De Ventas	125
7.3.4.	Gastos Financieros	125
7.4.	Análisis de Variables Críticas	126
7.4.1.	Determinación del Precio.....	126
7.4.2.	Proyección de Ingresos en función de la proyección de Ventas...	127
7.4.3.	Análisis de Punto de Equilibrio.....	128
7.5.	Entorno Fiscal De La Empresa	128
7.6.	Estados Financieros proyectados	129
7.6.1.	Balance General.....	129
7.6.2.	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	130
7.6.2.1.	Flujo De Caja Proyectado.....	130
7.6.2.1.1.	Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital.....	131
7.6.2.1.1.1.	TMAR.....	131

7.6.2.1.1.2.	VAN.....	132
7.6.2.1.1.3.	TIR.....	132
7.6.2.1.1.4.	Payback	132
7.7.	Análisis De Sensibilidad Multivariable O De Escenarios Múltiples	134
7.8.	Razones Financieras	135
7.8.1.	Liquidez.....	135
7.8.2.	Gestión.....	135
7.8.3.	Endeudamiento	135
7.8.4.	Rentabilidad.....	135
7.9.	Conclusión De Estudio Financiero	136
CAPÍTULO 8		138
8.	Plan de Contingencia	138
8.1.	Principales riesgos	138
8.2.	Monitoreo y control del riesgo	140
8.3.	Factores que considerar al identificar los riesgos.	140
8.4.	Acciones Correctivas	143
CAPÍTULO 9		148
9.	Conclusiones	148
CAPÍTULO 10		150
10.	Recomendaciones.....	150
CAPÍTULO 11		152
11.	Fuentes	152
CAPÍTULO 12		158
12.	Anexos	158
CAPÍTULO 13		162
13	Material Complementario.....	162

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Marco lógico	33
Tabla 2 Presupuesto para la Constitución de la Compañía	44
Tabla 3 Servicios de asesoría legal	55
Tabla 4 Usuarios; clientes	59
Tabla 5 Población de estudio	63
Tabla 6 Estrategia de posicionamiento	81
Tabla 7 Precios de la competencia por servicios jurídicos	85
Tabla 10 Presupuesto	106
Tabla 9 Presupuesto del control de calidad	108
Tabla 12 Presupuesto de capacitación de colaboradores	109
Tabla 13 Presupuesto de capacitación sobre protección social	110
Tabla 14 Matriz de impacto	142

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Cronograma	34
Gráfico 2 División de las empresas	51
Gráfico 3 Productividad relativa	51
Gráfico 4 Ciclo de vida del producto	52
Gráfico 5 fuerzas de Porter	52
Gráfico 6 División de clientes	57
Gráfico 7 Análisis FODA.....	61
Gráfico 8 Marca de la empresa.....	84
Gráfico 9 Localidad de ILEGEM	88
Gráfico 10 Distribución del espacio de la APP ILEGEM	90
Gráfico 12 Anuncios publicitarios.....	95
Gráfico 13 Anuncios publicitarios.....	99
Gráfico 14 Anuncios publicitarios.....	99
Gráfico 15 Anuncios publicitarios.....	100
Gráfico 16 Presupuesto	100
Gráfico 17 Organigrama de la empresa	111
Gráfico 18 Matriz de puntuación de riesgo.....	143

RESUMEN

La presente propuesta de negocios, se encuentra encaminada por desarrollar nuevas herramientas jurídicas mediante la tecnología moderna, que permitan facilitar y optimizar recursos al momento de incurrir a la gestión jurídica, además se plantea un modelo de interacción entre los usuarios y los profesionales del derecho, que personaliza la selección y personalización de sus necesidades jurídicas, con la contratación de servicios profesionales en materias especializadas, de manera segura y accesible, por medio de una aplicación móvil.

Palabras Claves: Derecho, Legal, Aplicación, Móvil, Tecnología, Materia, Profesionales.

ABSTRACT

The present business proposal is aimed at developing new legal tools through modern technology, which allow to facilitate and optimize resources at the time of incurring legal management, in addition to a model of interaction between users and law professionals, which personalizes the selection and customization of their legal needs, with the hiring of professional services in specialized areas, in a secure and accessible, through a mobile application.

Key Words: Law, Legal, Application, Mobile, Technology, Matter, Professionals.

INTRODUCCIÓN

El campo legal es muy diverso, puesto que requiere una necesidad de mantenerse actualizado de forma momentánea, e inclusive considerar tener material didáctico con todas las normas que se encuentren vigentes en el Ecuador, puesto que esto se ha considerado muy habitual en los estudiantes y profesionales del derecho.

Como consecuencia de las nuevas tecnologías, los ministerios públicos e inclusive el gobierno local, ha impulsado el uso del internet o herramientas tecnológicas para facilitar los trámites documentales de carácter legal, como actualmente lo manejan los jueces o fiscales. Por lo que, como sector privado, se debe desarrollar herramientas jurídicas para estar en la vanguardia con el debido acceso a las nuevas tecnologías informáticas, por lo que simplemente existen pocas empresas, que se han dedicado por proveer herramientas jurídicas a un elevado costo.

Desde esta perspectiva, se desarrollará una propuesta de creación de una empresa de servicios legales, por medio de una aplicación móvil, que fomentará el ejercicio de los abogados, facilitando la gestión documental, y optimizando los recursos, que son implementados y requeridos, al momento de suplir sus necesidades jurídicas. Siendo este punto de partida, como una de las principales causas, que permitirá desarrollar el presente trabajo, y buscar implementar este servicio para mejorar la calidad de la atención al cliente que residan en la ciudad de Guayaquil.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO 1

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema

Propuesta para la creación de una empresa de servicios legales en la ciudad de Guayaquil, mediante una aplicación móvil.

1.2. Justificación

Los cambios generados por la globalización, que busca necesidades pocas satisfechas en la actualidad, da como antecedente, paradigmas sociales, donde las universidades buscan romper un patrón, con la implementación de nuevas metodologías fomentadoras y formadoras de negocios, realizados por emprendedores con herramientas académicas y competitivas para mercados exigentes.

Esta formación podrá captar diversas oportunidades de negocios, resolviendo nichos de mercados que no han sido satisfechos, siendo así una coyuntura para muchos estudiantes de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, donde la carrera Ingeniería en Desarrollo de Negocios Bilingüe, consolida sus conocimientos teóricos y se vuelven prácticos llevando consigo una fuente generadora de negocios en el Ecuador.

Se busca generar un impacto innovador por medio de la implementación de una herramienta tecnológica, que optimizará y facilitará las exigencias documentales en base a formatos preestablecidos e información complementaria de carácter legal, donde permitirá a los profesionales del derecho, involucrarse al campo jurídico por medio de una aplicación móvil, logrando expandir sus servicios legales, resolviendo las necesidades jurídicas, que implica la elaboración de documentos.

Esta idea de negocio permitirá fomentar el ejercicio legal, de forma óptima y segura, puesto que, a consecuencia del desconocimiento documental, se lesionan derechos e incumplen con las exigencias legales,

que demanda el sistema procesal y jurídico, sobre su correcta aplicabilidad en el derecho.

1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

La presente investigación se llevará a cabo en la ciudad de Guayaquil en el periodo desde octubre del 2016 hasta septiembre del 2017, cuyo objeto de estudio será el análisis de factibilidad y viabilidad para creación de una empresa de servicios legales mediante una aplicación móvil, donde se utilizarán diversos métodos para la recolección de datos, como son: las encuestas y opiniones de expertos.

Se realizarán estudios de la competencia y productos sustitutos, donde se analizará, elaborará e implementará estrategias que sean aplicadas para mejorar y captar clientes dispuestos en adquirir el servicio. De igual manera se desarrollará un plan de Marketing Mix para la implementación de herramientas que demande el mercado local, con una proyección financiera de 5 años, que determinará la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

Debido a la elevada oferta de los profesionales del derecho en la ciudad de Guayaquil, son afectados por alta competitividad en los diversos campos legales, en consecuencia, la falta del ejercicio profesional que afecta indirectamente, con un descuido continuo sobre el conocimiento procesal y jurídico, que afectan los legítimos derechos de las partes procesales interesadas de resolver sus conflictos legales. De igual forma, los grandes cambios en el sistema jurídico que ha atravesado el Ecuador en los últimos 10 años se ven con gran optimismo los nuevos procesos, las reformas legales y la implementación de nuevas normas jurídicas, cuyo desafío radica en estar actualizado, tanto en el contenido normativo, como la gestión documental utilizada por los abogados.

Este objeto de estudio busca impulsar la transformación de la matriz productiva por medio de la implementación de un servicio jurídico en la

industria tecnológica, cumpliendo con el plan del Buen Vivir; Desarrollando tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, elevando la eficiencia y productividad, además de mejorar la calidad de vida y contribución a la realización del buen vivir, según el artículo 385 #3 de la Constitución de la República del Ecuador (CRE, 2008).

Esta propuesta busca contribuir con el desarrollo y el crecimiento económico cuya línea investigativa no solo integra el aspecto económico, sino elementos esenciales del desarrollo humano; priorizando temas como el desempeño económico y social, el desarrollo de tecnologías o métodos que aporten para la erradicación del hambre y pobreza, por medio de la distribución de la riqueza y productividad (Sistema de Investigación y Desarrollo, 2012). De esta forma se garantiza el cumplimiento de los lineamientos investigativos, normativos y gubernamentales, por parte del sistema de investigación y desarrollo de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Determinar la viabilidad y factibilidad de la propuesta para la creación de una empresa de servicios legales en la ciudad de Guayaquil, mediante una aplicación móvil.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Determinar la viabilidad y factibilidad de la empresa iLegem dentro de los próximos 5 años.
- Desarrollar un estudio financiero proyectado a 5 años para medir su rentabilidad.
- Comparar los estándares de calidad, en relación con la competencia para mejorar el servicio prestado dentro de los próximos 2 años.
- Definir los requisitos legales para la constitución de la compañía.

- Diseñar un plan de marketing y conocer métodos factibles para la captación de potenciales clientes y usuarios en los próximos 5 años.

1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y de Análisis de la Información

Se utilizará el método de investigación exploratorio, con enfoques cuantitativo y cualitativo, mediante técnicas de medición y recolección de datos que se analizarán por medios estadísticos, los cuales permitirán medir el comportamiento del mercado.

Como menciona Sampieri, Collado, & Lucio (2006) el objetivo primordial de realizar los estudios exploratorios es examinar el problema o un tema de investigación, que no han sido estudiados a profundidad, cuyo enfoque cuantitativo se podrán establecer hipótesis, medir los patrones de comportamiento o medición numérica en base a la recolección de datos; en cuanto al enfoque cualitativo permitirá recolectar datos sin medición numérica, por medio de encuestas , grupos focales o perfiles de opinión , que permitirán interpretar el proceso de investigación.

Para realizar el análisis de la información de manera cuantitativa se busca obtener ideas relevantes, de diferente acceso o fuente de información, lo cual se podrá expresar un contenido obtenido sin ambigüedad cuya información servirá para la producción de informes o resultados para su respectivo análisis para validar la información o fuente a utilizar.

Según Domínguez (2007) “la investigación cuantitativa de mayor uso en el ámbito de las ciencias sociales y consiste en aplicar una serie de técnicas específicas con el objeto de recoger, procesar y analizar características que se dan en personas de un grupo determinado ” (p.3) , de esta forma se busca validar la información obtenida, mediante muestras que generen acceso a las necesidades de los clientes y usuarios para el desarrollo de la propuesta para la creación de una empresa de servicios legales en la ciudad de Guayaquil, mediante una aplicación móvil.

1.7. Planteamiento del Problema

Con el avance de las nuevas tecnologías informáticas, se lleva a cabo tendencias que generan un cambio socioeconómico y cultural en diversas partes del mundo, afirmando la necesidad de desarrollar nuevas tendencias en nichos de mercados emergentes, mediante aplicaciones móviles, portales webs o softwares.

En el Ecuador se ha implementado el dinero electrónico, donde el Banco Central del Ecuador (2014) lo cataloga como, un sistema que facilita el comercio electrónico de forma rápida y segura, fomentando oportunidades de emprendimiento en sectores populares y solidarios; Por otro lado el SATJE(Sistema Informático de Trámite Judicial), “portal web donde se registra y permite realizar un seguimiento de las actividades realizadas en cada una de las causas que se llevan en las diferentes Judicaturas, obteniendo información rápida y confiable en tiempo real ” (Consejo de la Judicatura, 2012, pág. 2), y el SIAF 2.0 cuya plataforma web facilita la gestión procesal y documental a los fiscales, secretarios y asistentes. La función judicial como parte del ministerio público, se encuentra fortaleciendo con nuevos softwares o plataformas webs, que deja en desventaja a aquellos profesionales del derecho u otras ramas de necesidad legal con carácter privado, cuyo problema hace generar una necesidad para quienes busquen una solución de tal coyuntura que optimice sus recursos y facilite la gestión documental, en cuanto a la correcta aplicabilidad de las normas jurídicas en el Ecuador.

Estos aspectos fundamentales para el desarrollo de la presente propuesta, muestra un mayor acceso a la aplicación de nuevas tecnologías en procesos administrativos y judiciales, como establece según la directora de Servicios de Justicia de la Judicatura Patricia Salazar se busca mantener todo claro, en cuanto cuáles deben ser los pasos que víctima debe seguir para estar al tanto sobre los procedimientos convencionales y el correcto proceder de las instituciones estatales (Funcion Judicial Ecuador, 2015) . Desde esta perspectiva lo que se busca es reducir la tasa de impunidad

judicial, facilitar el debido proceso y brindar soluciones jurídicas con el acceso a servicios legales, por medio de una aplicación móvil.

1.8. Fundamentación Teórica del Trabajo de Titulación

1.8.1. Marco Referencial

Esta propuesta de negocio llevará a cabo con la prestación del servicio de asesoría legal, con su debida gestión documental por medio de una aplicación móvil, por lo que se ha escogido como referencia cinco empresas, cuyos servicios se relacionan al utilizar medios webs en brindar soluciones jurídicas posesionados en un mercado competitivo de carácter privado y público, que generan resultados con soluciones positivas a las necesidades jurídicas de las partes. Se tomarán en cuenta las debilidades y fortalezas de la competencia, para generar un producto cuyo servicio se diferencie del mercado, escogiendo como modelo de negocios a las empresas Lexis, Abogados Ya, Mobile Legem, Derecho Ecuador y SIAF 2.0.

Lexis

Es una herramienta de investigación jurídica que se ha posesionado en el Ecuador, donde el usuario puede disfrutar de forma directa las leyes actualizadas y diversas obras doctrinarias, por medio de una plataforma web que sistematiza los actos, fallos o procesos administrativos y jurídicos de ámbito público, desde el año 1830 (LEXIS S.A, 2016) , como desventaja la necesidad de una conexión directa al internet para su funcionamiento, puesto que sin ese medio no podrán descargar, ni actualizar la información jurídica; además en el ámbito de comodidad, resulta menos adaptable el ingreso por medio de explorador, que utilizando una aplicación web que acceda de forma directa y dinámica.

SIAF 2.0

El sistema SIAF 2.0 por parte de la Fiscalía General del Estado (2016) cuyo sistema permite que el fiscal, asistente y secretario, controlen el estado y el proceso de sus casos, la duración de la investigación, pericias,

diligencias e instrucción fiscal, recopilando la información necesaria, a tiempo real dependiendo de cada causa, además facilita la notificación a los sujetos procesales, por medio de correos electrónicos, con los códigos de barras que constan en cada caso. Este portal web es un gran avance para la justicia, por lo que sería importante analizar y adaptar herramientas indispensables de fondo, para fortalecer la aplicación web, permitiendo estar en la vanguardia como parte del sector privado, para fortalecer su eficacia procesal documental.

Abogados Ya

Esta empresa reside en el país de Colombia, por lo que brinda el servicio de consultas jurídicas totalmente gratis, además garantiza una respuesta rápida en el término de 24 horas hábiles, logrando captar un interesante nicho de mercado de aproximadamente 8000 consultas jurídicas resueltas y 1500 casos que continúan en proceso (Abogados Ya, 2016) . Esta empresa posee un margen de resultados generando confianza a sus clientes, por lo que resultaría adaptable este sistema de consulta por medio de la página web, adicionando modelos de contratos personalizados para las necesidades de los clientes, de esta forma se incluye las consultas jurídicas con modelos de contratos personalizados.

Mobile Legem

Esta empresa es una biblioteca jurídica, donde tiene implementado una variedad de códigos que rigen en el Ecuador, por lo que se convierte en una herramienta versátil, al momento de estar informado y pendiente con las leyes sin necesidad de conectarse al internet. Por lo que esta herramienta soluciona el problema de llevar muchos libros, y con una plataforma amigable con el usuario, convirtiéndose en un potencial producto en el campo jurídico. (Mobile Legem, 2014) , lastimosamente no se encuentra actualizada, por lo que es un riesgo para cualquier profesional o estudiantes del derecho utilizarla, debido a desactualización de la norma jurídica presente en dicha biblioteca, de esta forma es indispensable mantener toda

la legislación vigente en el Ecuador actualizado, por motivos jurídicos que atentaría con un posible fallo judicial.

Derecho Ecuador

Esta plataforma web ha brindado un servicio de información jurídica, así como asesoría legal y plantillas para diferentes actividades jurídicas, de esta forma, ha facilitado los trámites legales de mayor habitualidad, como pueden ser los escritos, contratos y demandas, que pueden abarcar en diferentes ramas del derecho, de esta manera, el portal web, ha logrado posicionarse en la internet, por destacadas visitas de los usuarios y clientes con relación a otros portales informativos. Asimismo, debido a su amplio tiempo en el mercado, pose información desactualizada y poco confiable para quienes desconocen de algún campo jurídico, debido a esto la información generada por este portal es importante, pero debería ser actualizada y expresada de manera entendible.

Estos referentes permitirán crear un producto unificado, en la que brinde un servicio jurídico garantizado y seguro, además de crear estrategias que permitan posesionar en la mente del consumidor como una herramienta jurídica, cuyas soluciones faciliten el asesoramiento de sus necesidades legales.

1.8.2. Marco Teórico

En base a los referentes se puede conocer varios aspectos importantes, como el planteamiento de estrategias empresariales, y teorías en base al desarrollo de emprendimientos o modelos de negocios, mediante el uso de nuevas tecnologías informáticas, cuyo resultado sea fuente generadora de trabajo y a su vez satisfaga nichos de mercados desatendidos.

Estrategia Competitiva

Según Graham (2007) una estrategia competitiva sirve para tomar acciones cuyo objetivo es medir los resultados alcanzados, de esta manera se logra conseguir ventajas competitivas en relación a las otras empresas;

aunque Enríquez, Adame, & Camacho argumentan que la estrategia competitiva es “un patrón de acciones o plan que, alineado con las metas, políticas y valores de la empresa, (...) permite la utilización de recursos para el fortalecimiento de competencias en un ambiente de negocios competitivo” (Enríquez, Adame, & Camacho, 2011, p.41) .

Debido a estos resultados, las estrategias competitivas se convierten una herramienta primordial para el emprendimiento, logrando ser “el motor de la economía moderna y del desarrollo social a través del crecimiento económico, la generación de empleo y el fomento a la innovación” (Bosma, 2004, p.54), a esto se suma la intención de los ecuatorianos por emprender, ya que una elevada actividad de emprendimientos, el 33.6%, ubica al Ecuador en el primer lugar entre los países que participaron en el GEM 2015 (Virginia, Guido, Xavier, & Edgar, 2015) .

Ventaja Competitiva

Según Michel Porter (2015) la ventaja competitiva es “la creación y sostenimiento de un desempeño superior” (p.11) , este desempeño competitivo en relación a las empresas que brindan asesoría legal, permitirá generar una ventaja competitiva en el mercado (Michael, 1980) , según Virginia, et al (2015) manifiestan que “en el Ecuador, a una escala reducida, comienzan a destacar emprendedores tecnológicos e innovadores cuyos negocios no solamente se orientan al mercado doméstico, sino que están atendiendo mercados externos ” (p.42).

Según datos del INEC la función judicial atendió una suma de 69276 causas en el año 2016, y en el año 2015 se realizaron 40365 solicitudes ciudadanas (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016), de esta forma observamos un modelo de negocios, que debe cumplir con ciertos elementos planteados por Chesbrough y Rosenbloom (2002) empezando con la identificación del segmento de mercado, la claridad de la propuesta de valor, los elementos de la cadena de valor, definición de costos, posición de la organización en el mercado y la formulación de la estrategias competitivas.

Plan de Negocios

Según Valencia & Pinto (2013) “un plan de negocios al igual que un proyecto de inversión surge debido a la existencia de oportunidades de negocios que pueden ser necesidades no satisfechas de los usuarios” (p.82-84) , por lo que se elaborará estrategias competitivas acorde al mercado local , creando un producto diferenciado en relación a la competencia, de acuerdo con Acevedo, Moreno, & Sánchez (2013) hay que tomar a la innovación como el factor determinante en el desarrollo de nuevos emprendimientos , cuyas características son determinantes para la vinculación entre el conocimiento y el avance tecnológico.

Se debe suplir esta necesidad jurídica, que permitirá resolver las inquietudes y necesidades legales, debido a que, por falta de tiempo o desconocimiento de la ley o procedimientos, se vulnera el bien jurídico protegido, puesto que garantizará una representatividad legal, al momento de exigir la reparación integral o goce de los derechos consagrados en el marco legal que rige en el Ecuador.

1.8.3. Marco Conceptual

Jurisprudencia: La filosofía del derecho o la ciencia que trata de los principios del derecho positivo y las relaciones legales (Oficina de Administración de los Tribunales Academia Judicial Puertorriqueña, 2015).

Intervención: Acción y efecto de intervenir o de solicitar permiso del tribunal para participar en un asunto, recurso o pleito (Oficina de Administración de los Tribunales Academia Judicial Puertorriqueña, 2015).

Prestación: Cosa o servicio exigido por una autoridad o convenido en un pacto (Oficina de Administración de los Tribunales Academia Judicial Puertorriqueña, 2015).

Acusada Persona imputada de delito contra quien se ha presentado una acusación (Oficina de Administración de los Tribunales Academia Judicial Puertorriqueña, 2015).

Denuncia es la querrela que formula la policía, la cual sirve de base para la determinación de causa probable para arrestar (Oficina de Administración de los Tribunales Academia Judicial Puertorriqueña, 2015).

1.8.4. Marco Legal

Mediante el marco jurídico que rigen en el Estado ecuatoriano, hay que cumplir la norma, sobre la realización de cualquier tipo de actividad comercial, cuyo fin lucrativo deba ejercer una correcta aplicabilidad legal y un riguroso seguimiento de las leyes, de esta forma busca respetar y hacer respetar obligaciones y derechos que actúan de manera vinculante en base a los siguientes códigos:

Código Civil. – Esta materia es la base fundamental de las relaciones privadas y comerciales después de la Gran Revolución Francesa, por lo que es indispensable y obligatorio la aplicación del Código Civil, debido a su elevada demanda de usuarios en cuanto a materias de Familia, Sucesiones, Bienes y Contratos. En el artículo 1963 ibidem nace el acto comercial como base primordial a la realización de actividades lucrativas y no lucrativas dentro de una sociedad civil, cuyo medio es una fuente de obligaciones y contratos, dando resultado necesidades jurídicas para la sociedad civil o comercial (Codigo Civil, 2015).

Código del Comercio. – El ordenamiento jurídico que rige las obligaciones, los actos, contratos y operaciones mercantiles que se encuentran en el presente código, regulando las obligaciones de dos figuras comerciales, siendo el comprador quien demanda la cosa y el vendedor quien recibe el precio asignado, de esta forma el código regulariza la relación con comerciantes regularizados y no regularizados; a su vez es una fuente generadora de herramientas comerciales con títulos ejecutivos por cualquier acto jurídico, siendo fuente de seguridad jurídica ante cualquier lesión de un bien jurídico protegido (Código del Comercio, 2013).

Código Tributario. - Esta rama del derecho público donde el Estado ejerce su poder en cuanto al ejercicio de normas jurídicas, con el fin de obtener ingresos por parte de los particulares, que sirva para la administración del

Estado central e Institucional. De esta manera se regulará la relación jurídica entre los contribuyentes, y sujetos activos provenientes de los tributos, tasas, impuestos y las contribuciones especiales (Código Tributario, 2009) .

Código del Trabajo. - Cumpliendo con el principio Constitucional indubio pro labore, cuyos derechos son irrenunciables de acuerdo con el derecho positivo vigente en el Ecuador, regulando las relaciones entre el trabajador, el empleador y el Estado, aplicando diversas condiciones y modalidades de trabajo, en base de reglas jurídicas que garantiza las obligaciones y el cumplimiento de la relación laboral (Código del Trabajo, 2015) .

Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos.

En cuanto a la evolución de la sociedad civil en medios tecnológicos, la aplicación de esta norma fundamental, en cuanto al comercio, al servicio y a la contratación electrónica, brinda una protección y seguridad al usuario, en el momento de realizar distintas transacciones financieras o administrativas, por medio de estos canales informáticos (Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensaje de Datos, 2002).

Constitución de la República del Ecuador

En cuanto al desarrollo de nuevas tecnologías que faciliten la optimización y actualización de nuevos sistemas para el sector privado, en base al Título VII del Régimen del Buen Vivir, Capítulo Primero menciona la inclusión y equidad social con el conjunto de sistemas coordinado y articulado de las instituciones, normas, servicios y programas que aseguren las garantías, la exigibilidad y el ejercicio de los derechos que reconoce la Constitución, desarrollando innovaciones y tecnologías que impulse la producción nacional, enmarcados a la productividad y eficiencia, mejorando la realización del buen vivir y respetando según el artículo 52 ibidem con la prestación de “ bienes y servicios de óptima calidad (...) , así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características” (Constitución de la República del Ecuador, 2008, p.39).

1.8.5. Marco Lógico

Tabla 1 Marco lógico

LÓGICA DE INTERVENCIÓN	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACION	SUPUESTOS
Determinar la viabilidad y factibilidad de la empresa iLegem dentro de los próximos 5 años.	TIR - VAN - TMAR- pay-back y flujo de caja.	Resultado del estudio económico y financiero.	Obtener un margen de utilidad atractivo para posibles inversionistas.
Desarrollar un estudio financiero proyectado a 5 años para medir su rentabilidad.	Índice de crecimiento económico	Indicadores de rentabilidad y costo del capital.	Medir la rentabilidad del proyecto en 5 años.
Desarrollar estrategias competitivas acorde al comportamiento del mercado local.	Índice de las ventas realizadas	Proyección de ventas	Conocer la reacción del cliente en cuanto al precio y el servicio.
Comparar los estándares de calidad, en relación con la competencia para mejorar el servicio prestado dentro de los próximos 2 años.	Índice de estudios comparativos de la competencia.	Análisis FODA	Ser competitivo en base a las exigencias del cliente y actuales competencias.
Definir los requisitos legales para la constitución de la compañía.	Parámetros y procedimientos legales	Ordenamiento jurídico	Para el correcto funcionamiento jurídico de la empresa.
Diseñar un plan de marketing y conocer métodos factibles para la captación de potenciales clientes y usuarios en los próximos 5 años.	Estrategias de diferenciación en el servicio.	Investigación del mercado	Que se posea la empresa por medio de un plan de marketing.

1.9. Formulación De La Hipótesis Y/O De Las Preguntas De La Investigación De Las Cuáles Se Establecerán Los Objetivos

- ¿Cómo fidelizar a los clientes y usuarios para prestar el servicio de asesoría jurídica mediante una aplicación móvil?
- ¿Qué tipo de estrategia se deberá utilizar para lograr penetrar al mercado y alcanzar el margen de rentabilidad esperado?
- ¿El usuario y el cliente podrán familiarizarse con la aplicación móvil para brindar y recibir asesoría legal?
- ¿Se aplicarán correctas estrategias de marketing para lograr posesionarse en el mercado?

1.10. Cronograma

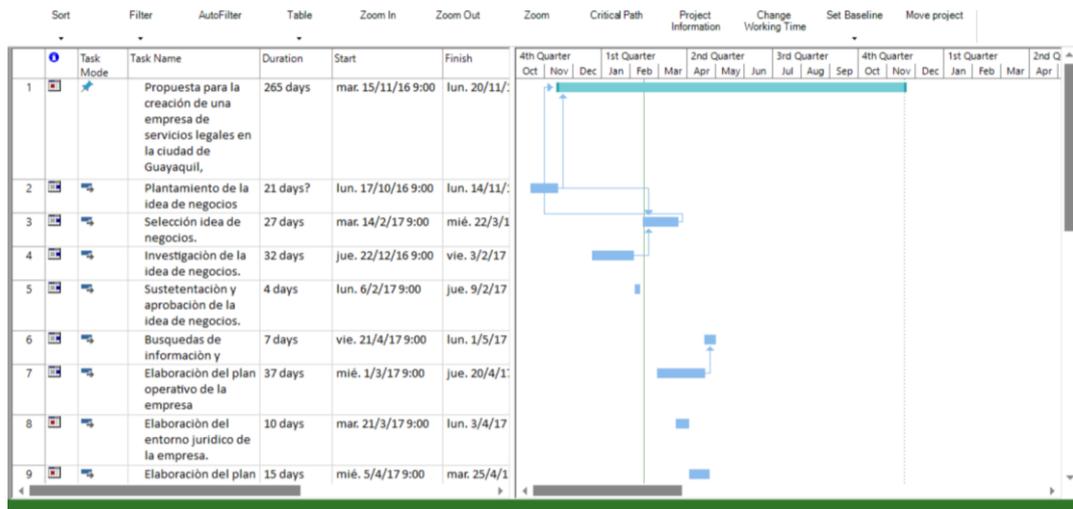


Gráfico 1 Cronograma

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

CAPÍTULO 2

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1. Análisis de la Oportunidad

En la presente idea de negocios se presenta un nicho de mercado donde se busca desarrollar una aplicación móvil que facilite a los usuarios y clientes encontrar una solución integral a sus necesidades legales, cuyo enfoque de clientes es para quienes ejercen el derecho optimizando el tiempo que toma al momento de elaborar los escritos u otro requerimiento legal de carácter documental, igualmente cuando el usuario posee inquietudes legales, o inclusive patrocinio por el desconocimiento de los procesos o no conozcan abogados de libre ejercicio con la confianza suficiente por resolver sus necesidades legales.

En ambos casos se facilitará el acceso por estar informados con la normativa legal vigente e información jurídica, puesto que se reducirá recursos por contratar sistemas ya existentes y con elevados costos; según la revista Legalix (2016) menciona como en los últimos años para los abogados en el ejercicio del derecho no ha ido en correcto camino de forma convencional, por lo que existe una necesidad, que se encuentra en tendencia para los emprendedores, hacia una transición de la aplicabilidad con nuevas tecnologías e innovación acorde a las necesidades jurídicas que demanda la Función Judicial.

Bajo esta premisa, se plantea un medio alternativo de solución legal que integra de una manera más eficiente, eficaz y de claridad, la relación del derecho y los abogados como los potenciales clientes, dotando con esta herramienta plantillas preestablecidas, facilitando la modificación de la información con relevancia hacia la presentación de los escritos, o demandas e inclusive con la suscripción de contratos u otros documentos fundamentales en la expresión jurídica de las partes convencionales.

Según el censo realizado a la Defensoría Pública en el año 2016 existió más de 13.700 consultas en la ciudad de Guayaquil y se ingresaron un alrededor de 69.200 consultas totales en el Centro de Mediación de la

Función Judicial (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016) , demostrado la necesidad que existe por parte de los usuarios en realizar diversas consultas jurídicas y así satisfacer sus inquietudes procesales en base al derecho. A su vez señala el director provincial del Consejo de la Judicatura de Guayas, Julio Aguayo Urgilez (2017) se recibió un total de 205.763 demandas de carácter no penal desde el 23 de mayo del 2016 al 30 de abril del 2017, por lo dentro de estos procesos se lograron resolver un total de 110.607, 10.944 no se admitieron y 84.212 se encuentran en trámite, de esta forma se logra apreciar la demanda judicial que existe en el Ecuador.

2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de negocio

La presente propuesta posee un modelo de negocios, donde se busca crear una empresa de servicios legales en la ciudad de Guayaquil, mediante una aplicación móvil, posee una propuesta de valor, que brinda a los clientes y usuarios, una herramienta jurídica facilitando el acceso a formatos preestablecidos y asesoría legal en cualquier hora, proporcionando información veraz y actualizada basándose en el marco legal ecuatoriano y a los tratados internacionales suscritos. Mediante esta aplicación móvil, se busca proporcionar un servicio integral de gestión documental e información, cuyo acceso, facilitara la asesoría legal y un servicio personalizado a un precio accesible, cuyo enfoque es para los profesionales del derecho, que estén interesados en adquirir el servicio

Se busca contar una amplia relación entre los clientes y usuarios; Con el primero creando contenido por redes sociales, mantener las plantillas actualizadas y responder las consultas realizadas de forma diaria; Con el segundo por medio de contenidos legales, como la publicación del registro oficial, el libre acceso al contenido de las leyes ecuatorianas y resolver las inquietudes procesales con respuestas claras y precisas. Se utilizarán canales de atención al cliente y usuarios mediante las redes sociales y otros medios como BTL, ATL, los Consultorios Jurídicos, el Colegio de Abogados y las librerías.

Las vías de ingreso que representaría parte de los clientes, es en base a la suscripción y venta, por otro lado, el usuario representaría un ingreso sobre la asistencia legal y la venta de los modelos de contratos o demandas acorde a sus necesidades jurídicas. Las actividades que se realizarán para fortalecer los aspectos claves del modelo de negocio son: ferias informativas, cursos de capacitación, actualización de la seguridad informática, mantener al día las plantillas preestablecidas y la resolución de las consultas jurídicas.

Existen retos claves para la mejora y el desarrollo de la propuesta, en cuanto a los recursos, es fundamental poseer abogados que tengan conocimiento adecuado sobre el Know-how legal, se requerirá el servicio de programadores, agencia de marketing y diseño. Estos profesionales son la herramienta que harán mover el modelo de negocio, puesto que su conocimiento generará un impacto fundamental para añadir valor y seguridad informática a la aplicación móvil.

Para el posicionamiento de mercado, se realizarán alianzas estratégicas con socios claves como los consultorios jurídicos, foros de abogados, las editoriales legales, el colegio de abogados e universidades; cuanto a la estructura de costos, se invertirá en el desarrollo de la aplicación, en la suscripción de para obtener información jurídica y la seguridad informática

2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa

Misión.

Brindar un servicio de asesoría legal, personalizado y con el uso de nuevas tecnológicas para satisfacer las necesidades jurídicas de los clientes.

Visión.

Ser una firma consultora que brinde soluciones administrativas, financieras y jurídicas.

Valores de la Empresa.

- Honestidad. – Brindar confianza al cliente con respuestas claras y concretas en base a la realidad o complejidad del caso.
- Seriedad. - Generar resultados en base al correcto ejercicio del derecho y la correcta ejecución del código de ética en base al profesionalismo aplicado en todos los casos.
- Compromiso. – Resolver todas las inquietudes jurídicas con un lenguaje entendible y llevar con responsabilidad todos los casos siguiendo bajo estricto cumplimiento todas las etapas procesales.
- Comunicación. - Mantener informado a todas las partes en relación con los procesos y debidas acciones por tomar.
- Innovación. - Realizar las actualizaciones necesarias para satisfacer a los clientes y usuarios un servicio innovador al crear una plataforma adaptable en base a sus necesidades.

2.3. Objetivos de la Empresa

2.3.1. Objetivo General

- Brindar un servicio jurídico a las personas que busquen satisfacer sus necesidades legales, por profesionales del derecho en la ciudad de Guayaquil, por medio de una aplicación móvil.

2.3.2. Objetivos Específicos

- Implementar un plan de marketing para captar clientes en un corto plazo
- Fomentar el uso de nuevas tecnologías para la solución de problemas legales.
- Posicionar a la empresa con relación a los competidores en base a su valor agregado.
- Recuperar la inversión en un periodo de 2 años.
- Llegar a un margen de rentabilidad del 30% en el periodo de 3 años.

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

CAPÍTULO 3

3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1. Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1. Generalidades (Tipo de Empresa)

Según el código civil, existen dos tipos de personas naturales o jurídicas, esta división corresponde la distinción entre el individuo y una persona ficticia capaz de contraer obligaciones y ejercer derechos civiles, desde luego bajo la representatividad judicial o extrajudicialmente por medio de su representante legal. Esta característica, permite reconocer desde un ámbito normativo el nacimiento de las compañías.

Se constituirá una compañía de responsabilidad limitada con el nombre de iLegem; además se busca cumplir con el artículo 92 de la Ley de Compañías, cuyos aportantes responden hasta el monto de sus aportaciones individuales y hace el comercio una razón social o denominación objetiva, que rigen en base al Código del Comercio y/o el Código Civil.

Como generalidad de esta compañía limitada se basa en brindar servicios legales, por medio de una aplicación móvil, otorgando una facilidad tecnológica, al momento de llenar formatos, o modelos de contratos u demandas de carácter legal con una asesoría jurídica integral, de forma personalizada, segura y dinámica.

3.1.2. Fundación de la Empresa

Esta compañía de responsabilidad limitada iLegem se constituirá en base a la Sección V de la Compañía de Responsabilidad Limitada, Punto 6 de la Forma del Contrato, en su artículo 136 de la Ley de Compañías, donde señala, que debe constituirse mediante escritura pública, cuyos requisitos constan en su artículo 137 ibidem.

Posteriormente se inscribirá en el Registro Mercantil del Cantón Guayaquil, donde el registrador remitirá los archivos a la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, adquiriendo su personalidad jurídica propia, pero para ejercer una actividad comercial se deberá obtener el registro único de contribuyentes (RUC) por parte del ramo competente.

3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones

El capital social consiste en todos los fondos recaudados por la empresa a cambio de acciones comunes o preferidas. La cantidad de capital accionario o financiación por acciones que la empresa tiene puede cambiar con el tiempo. La empresa tendrá dos participaciones, adicionalmente se beneficiará económicamente por medio de la Corporación Financiera Nacional, para cumplir con el capital social requerido.

3.2. Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.2.1. Código de Ética

El código de ética de la empresa iLegem, se regirá en base a los derechos, obligaciones y responsabilidades de los socios de los artículos 114 y 115 de la Ley de Compañías. De la misma forma en aspectos específicos del ejercicio de la profesión de abogacía para los socios y clientes de libre ejercicio, se aplicará el Reglamento Régimen Disciplinario De Abogados En Patrocinio De Causas y del Código Orgánico de la Función Judicial.

Se deberá respetar la confidencialidad profesional según el Código de Ética Profesional del Abogado en su artículo 12, preceptúa que guardar el “secreto profesional” es un deber y un derecho del Abogado, por parte del ejercicio efectivo de las funciones potestativas, prorrata sobre la participación de los socios. El manejo administrativo y sus demás características, recaerá sobre el personal cuyos derechos y obligaciones constan en el Código del Trabajo y demás leyes vigentes en el Ecuador, por lo que su contratación será óptima para el funcionamiento integral de la empresa iLegem.

Aquellos conflictos internos se deberán resolver bajo sesión ordinaria o extraordinaria según la necesidad emergente que represente cada caso particular. Los conflictos que no logren resolver se aplicarán en los Centros de Mediación y Arbitraje de las instalaciones de la Cámara de Comercio de Guayaquil.

3.3. Propiedad Intelectual

3.3.1. Registro de Marca

El Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación (2016) en cuanto a su artículo 359 menciona “ Se entenderá por marca cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado” (p.103), se constituirá en base a los numerales 1;2;5;10 ibidem, cumpliendo con la lex desde un ámbito sustantivo, evitando las prohibiciones absolutas y relativas al momento de registrar una marca, como se contempla en sus artículos 360 y 361 del COESCCI.

El presente proceso se llevará a cabo por medio de una solicitud ante la autoridad nacional competente en cuanto a materia de los derechos intelectuales, cumpliendo con los debidos requisitos, plazos, procedimientos y demás normas que correspondan al reglamento correspondiente, para posteriormente admitir o denegar dicha solicitud.

Los derechos y limitaciones del presente registro de la marca se encuentra establecido en el Capítulo VI de las Marcas, Sección II De los derechos y limitaciones cuyas facultades corresponden al derecho al uso exclusivo, duración del registro, renovación de registro, de los derechos conferidos por el registro de la marca, del uso de un signo en el comercio por parte de un tercero, del uso de la marca por parte de terceros con propósitos informativos, del uso de la marca para anuncio, del agotamiento del derecho, de la transferencia de registro de la marca, de la licencia para la explotación de la marca, de la inscripción de los contratos de transferencia o licencia, de las modificaciones al registro, los demás acorde a las leyes ecuatorianas y tratados internacionales.

3.3.2. Derecho de Autor del Proyecto

Según el COESCCI “ Los derechos de autor nacen y se protegen por el solo hecho de la creación de la obra” por ende el presente trabajo queda protegido en cuanto a la recopilación de los aspectos jurídicos que recae en el Libro III, Título I ,Capítulo III de los Derechos de Autor y los que determine la presente ley, en cuanto a su autoría pertenece de forma, fondo y contenido, sobre el desarrollo de la presente propuesta para la creación de una empresa de servicios legales en la ciudad de Guayaquil, por medio de una aplicación móvil, al señor Manuel Andres Andrade Vera, cuyos derechos obtenidos en base a la ley, recae sobre la obtención, protección y privilegio de los derechos que protejan la presente obra y propiedad sobre sus semejantes, en cuanto al ejercicio eficaz y eficiente, para la aplicabilidad jurídica impuesto sobre el desarrollo de la presente propuesta, por lo que cualquier reproducción, expropiación u otra índole semejante sin previa autorización de su autor, no eximirá de culpa, y de conocerse el acto, se presentará acciones judiciales por el provecho indebido de la presente propiedad.

3.4. Presupuesto Constitución de la empresa

Tabla 2 Presupuesto para la Constitución de la Compañía

REGISTROS DE PRODUCTOS	300,00
REGISTRO DE MARCA - IEPI	1.600,00
CREACION DE EMPRESA	500,00
CUERPO DE BOMBEROS	24,00
MUNICIPIO DE GUAYAQUIL	250,00
TOTAL BASICOS	2.674,00

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO

CAPÍTULO 4

4. AUDITORÍA DE MERCADO

4.1. PEST

Político

El 20 de octubre del 2008 entró en vigor la nueva Constitución de la República del Ecuador, cuya supremacía es la fuente y el fundamento jurídico, que relaciona al pueblo con su gobierno sobre un Estado Constitucional, separando los cinco poderes fundamentales; que son: Función Ejecutiva, Función Legislativa, Función Judicial, Función Electoral, Función de Transparencia y Control Social, que conforma un Estado soberano con garantías y derechos fundamentales.

Esta base jurídica permite generar cambios en el Ecuador, por ende, fue el inicio de reformas, proyectos de ley y planteamientos normativos que conforma el marco legal, como consecuencia una nueva generación del derecho, que cambia conforme a las nuevas necesidades de la sociedad civil, en la actualidad existen normativas fundamentales como son: el derecho penal, civil, procesal, administrativo, propiedad intelectual, entre otras, con una evolución transcendental que se integra dentro del derecho positivo, resultando fundamental desde punto de vista objetivo conforme al artículo 11 numeral 8 de la Constitución de la República del Ecuador, establece que “ los derechos se desarrollará de manera progresiva a través de las normas, la jurisprudencia y las políticas públicas (...) será inconstitucional cualquier acción u omisión de carácter regresivo que disminuya, menoscabe o anule injustificadamente el ejercicio de los derechos”; (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 22); Además la presente propuesta se apegará al Título II , Capítulo Tercero, Sección Novena, de las personas usuarias y consumidoras del mandato supremo.

Actualmente el Estado busca fortalecer la implementación del gobierno electrónico mediante el uso de nuevas tecnologías, simplificando los tramites

y demás procesos internos demandados por la sociedad, por lo que en el Código Orgánico de la Función Judicial menciona en su artículo 147 sobre “la validez y eficacia de documentos, mensajes, imágenes, bancos de datos y toda aplicación almacenada o transmitida por medios electrónicos, informáticos, producidos por nuevas tecnologías, destinadas a la tramitación judicial, ya sea que contengan actos o resoluciones judiciales” (CODIGO ORGÁNICO DE LA FUNCIÓN JUDICIAL, 2017); de igual forma en materia penal estipula en los artículos 575, 579 (CÓDIGO ORGÁNICO INTEGRAL PENAL, 2015); en materia procesal en sus artículos 119; 202 (CÓDIGO ORGÁNICO GENERAL DE PROCESOS, 2016); y como consiguiente en materia de comercio electrónico en los artículos 7; 14; 17; 56 (LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS Y MENSAJES DE DATOS, 2014) y los demás que determine la ley.

El Estado está otorgando incentivos para la innovación social, como menciona el Título III de los Incentivos, en el CÓDIGO ORGANICO DE LA ECONOMIA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, además es indispensable conocer el rol del Estado en el desarrollo productivo como consta en el artículo 5 y el Título III De los Incentivos para el Desarrollo Productivo según el COPCI (CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIÓN, 2013), estas normativas facilitan la inversión, e incentivan el desarrollo de emprendimientos, que generan un impacto positivo a la sociedad, como argumento, el Estado tiene una apertura jurídica, que fortalece los diversos campos productivos.

Económico

Después del cambio de gobierno, el presidente Lenin Moreno decretó austeridad fiscal compuesta por 31 artículos que comprende el decreto ejecutivo No 135, eliminando vacantes laborables, reducción de la remuneración a un 10% de los niveles jerárquicos superior, entre otros cambios sobre los gastos y la reducción del gobierno nacional, donde se pasaran por filtros objetivos acordes a las necesidades ciudadanas, debido a la excesiva deuda que alcanzó el anterior gobierno, llegando a más de \$39

883 millones de dólares, representando el 39,6% del Producto Interno Bruto (PIB) en el Ecuador.

El amplio interés por parte del gobierno central impulsar el emprendimiento, facilitando préstamos por organismos financieros públicos y privados, como se puede encontrar en la Corporación Financiera Nacional, préstamos desde 20,000\$ hasta los 200,000\$ con una tasa de 11,40% nominal. Además se han llevado a cabo otras medidas económicas, como la eliminación de las salvaguardias e implementación del dinero electrónico.

En cuanto al campo de la industria, se puede encontrar lo que menciona Jaime Albuja (2014) que aproximadamente existen 600 empresas que se dedican en la producción de softwares en el Ecuador, moviendo casi 550 millones de dólares en ventas anuales, desarrollando sistemas o soluciones para negocios, en temas tributarios, financieros y facturación electrónica, mostrando el gran alcance que está obteniendo la industria de software. En las actividades jurídicas, como variable económica del año 2015 obtuvo unas ventas de 225 525 millones de dólares sobre las 546 empresas, donde el 37% representa a la pequeña empresa, 37% mediana empresa, 22% grande empresa y el 4% a las microempresas, generando 4226 empleos según lo manifiesta el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Social

Actualmente en el Ecuador existen más de 16 millones de habitantes, donde se manifiesta según un estudio realizado por la Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TICS) en el 2016, menciona que 7 de cada 10 ecuatorianos poseen al menos un teléfono celular, aumentando 15,2 puntos la tenencia de dispositivos móviles entre el 2015 – 2016, adicionalmente creció en 13 puntos con relación al año 2012, es decir 36 de cada 100 hogares tienen acceso al internet en el año 2016. Según el director de usuarios digitales Alfredo Velazco, menciona que existe un incremento de jóvenes entre 16-24 años, donde 74 de cada 100 de este segmento disponen teléfonos inteligentes.

Un estudio de Kantar Millward Brown, dice que un 86% de la generación X, eso significa a las personas nacidas entre 1960 - 1980 se conectan a internet de los cuales el 46% poseen celulares; de igual forma lo hacen el 88% de la generación millennials con una tenencia del 67% de dispositivos móviles; y finalmente el 90% de la generación Z donde el 75% poseen al menos un celular en el Ecuador, adicionalmente se menciona que diariamente se realizan 85 interacciones diferentes, con un promedio de 150 veces en que una persona visualiza su celular, y con un uso de aproximadamente 5 horas diarias, entre los rango de edad de 24 – 33 años respectivamente.

Tecnológico

Según la TIC un 55,63% de la población usó Internet, y el 36,03% de los hogares tuvieron acceso a la web en el año 2016 en Ecuador. La Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, menciona que actualmente existe 15 millones de líneas de telefonía móvil a nivel nacional, donde registra el año 2017 2.8 millones de usuarios que tienen acceso a las conexiones de 4g por medio de diferentes dispositivos móviles, donde la Corporación Nacional de Telecomunicaciones posee el 43,8%. Claro con el 29,07% y finalmente Movistar cuenta con el 27,04%, según datos de la Arcotel, según las estadísticas se prevé una proyección de más de 6 millones de usuarios para el año 2020, donde se presume que estará a disposición la conexión 5g, demostrando un aspecto positivo para la presente propuesta.

Conclusión

Se puede concluir que los presentes cambios externos, que presenta el mercado ecuatoriano es altamente positivo para la elaboración de la propuesta de creación de una empresa de servicios legales, mediante una aplicación móvil. A causa de que presenta unos elevados cambios políticos, a favor de la implementación de sistemas electrónicos como medios facilitadores al acceso de la justicia, además compartir las nuevas políticas económicas del presente gobierno a cargo del Pdte. Lenin Moreno,

facilitando la posibilidad de realizar préstamos productivos a distintas entidades gubernamentales e impulsando la utilización de la moneda electrónica con ciertos beneficios tributarios.

En cuanto a los subsiguientes campos tecnológicos y social, son los principales cambios que se viven en el mercado ecuatoriano, por la elevada innovación que surgen en los dispositivos móviles e informáticos, visualmente en todo el mundo y adicional los cambios sociales que parten desde la migración, por distintos conflictos sociales o políticos en otros países. Estos derechos hacen que se demande mayormente a cualquier conecedor de las leyes y hacer valer los derechos a favor de la eficiencia, eficacia y calidad del Estado.

4.2. Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria

La empresa se ubica dentro del sector de servicios, específicamente en “Consultoría de Gestión” y según su actividad económica “Actividad de Consultoría de servicios legales”. (Superintendencia de Compañías, 2016). Las empresas de servicios de acuerdo con la encuesta económica realizada por el INEC (2015) señalan: este sector genera más remuneración y, asimismo, muestra un indicador alto en Valor Agregado Bruto.

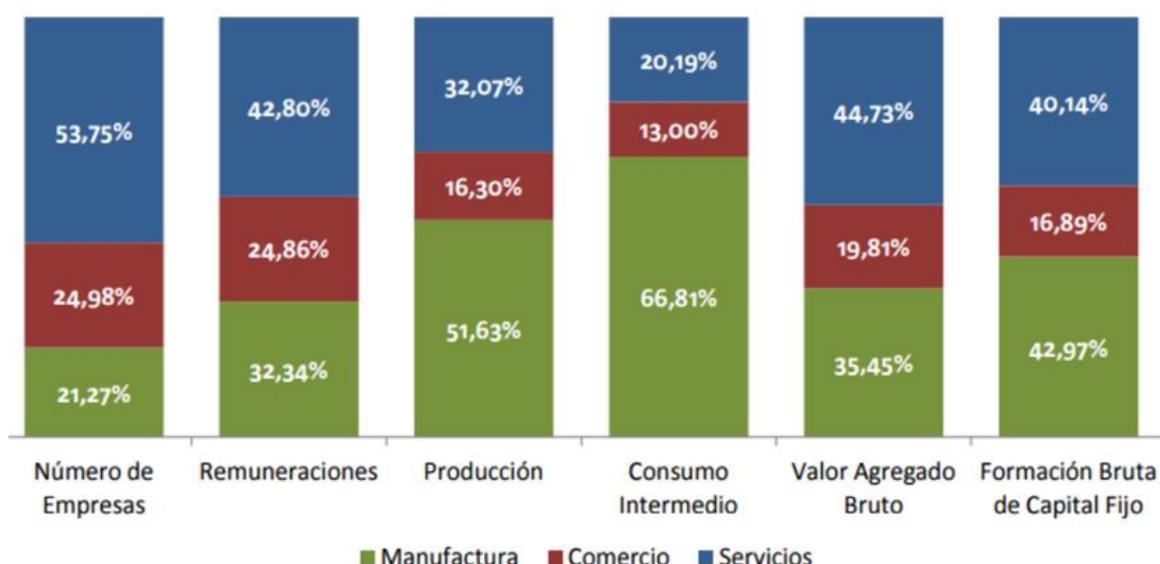


Gráfico 2 División de las empresas

Fuente: INEC (2015)

Este sector es el que genera mayor remuneración y mayor demanda de una constante actualización a al valor agregado a ofrecer, es decir, gran parte del beneficio económico se debe a los servicios sobre temas novedosos e innovadores o especializados para poder sobrevivir en la industria, incluso, permitiéndose cobrar cifras altas por el servicio, los servicios de esta industria son adquiridos tanto por el sector privado como público ampliando así su sector de ejecución.

Productividad relativa como % del total de empresas con actividad registrada



Gráfico 3 Productividad relativa

Fuente: INEC (2015)

4.3. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

El ciclo de vida de un producto o servicio consta de varias etapas, siendo las más reconocidas, la etapa de introducción, la etapa de crecimiento, la etapa de madurez y la etapa de declive. Se podría decir que actualmente este servicio que se está ofreciendo actualmente en el mercado guayaquileño, de las asesorías y servicios legales se encuentra en una etapa de crecimiento, ya que son muchas las personas que buscan de estas, para llenar ciertos espacios de desconocimiento en cuanto al tema por un problema legal o para iniciar acciones legales.

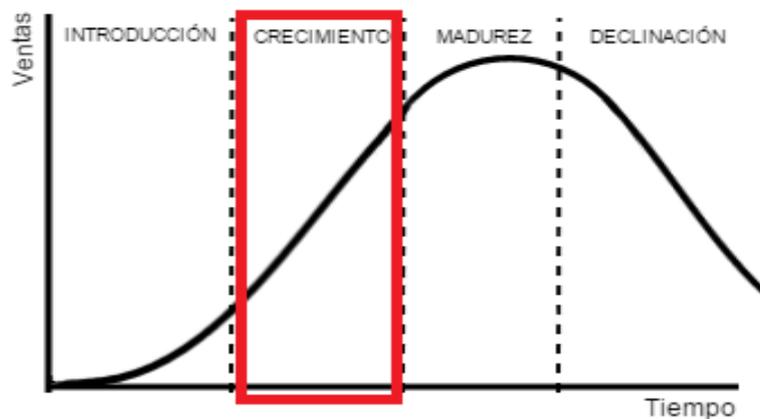


Gráfico 4 Ciclo de vida del producto
Fuente: Fundamentos de marketing

4.4. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones

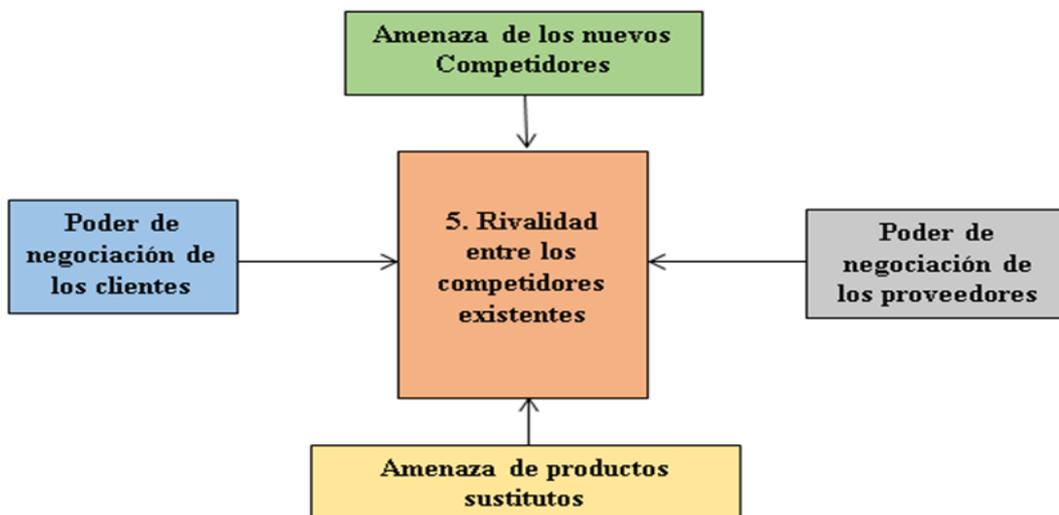


Figura 5 5 fuerzas de Porter
Fuente: Fundamentos de marketing

- **Poder de Negociación del Cliente**

El poder de negociación que representa el cliente es alto, puesto que existe mucha oferta en el mercado de servicios legales, de tal forma que en cualquier circunstancia un cliente puede seleccionar diferentes precios dependiendo del caso a presentarse; Incluso al obtener bajos ingresos económicos puede acceder a los abogados del Estado con patrocinio

gratuito. De esta forma se puede evidenciar que el cliente tiene un elevado control de negociación por la oferta de abogados en el Ecuador, así mismo el colapso por la carga procesal que representarían los abogados del Estado conllevando a la ineficiencia para el acceso a la justicia, donde los clientes optarían por contratar abogados privados, como menciona el INEC solo en la provincia del Guayas se patrocinaron un total de 29489 personas en materia de índole penal y laboral por un total de 23,138 causas en todo el año 2015.

▪ **Poder de Negociación de los Proveedores**

Para identificar el poder de negociación de los proveedores se clasificó en dos campos, el primero con respecto a los proveedores que brindan el servicio de reparaciones, capacitación y mantenimiento de software donde existen pocas empresas de alta experiencia y conocimientos, por lo que se considera que el poder de negociación por parte de este proveedor sería medio,

En el segundo aspecto fundamental es sobre los proveedores que brindan materiales de oficinas, softwares jurídicos e informáticos, el poder de negociación es bajo, por lo que se puede conseguir sin ninguna restricción siendo sus costos no son elevados.

▪ **Amenaza de Competidores entrantes**

En el mercado legal la amenaza de los competidores entrantes es alta, puesto que anualmente se gradúan 6000 estudiantes de derecho según lo menciona el Consejo de la Judicatura, por lo que será constante la competencia y porque se consideraría una elevada oferta de abogados de libre ejercicio y como consultorios jurídicos. A diferencia que no existen consultorios jurídicos que brinden asesoría jurídica mediante una aplicación móvil, puesto que en el campo del desarrollo de aplicaciones móviles es alta, debido a la tendencia de brindar servicios, productos y entretenimiento mediante las aplicaciones móviles.

- **Amenaza de servicios sustitutos**

Actualmente no existen servicios sustitutos directos, pero si existen indirectos, puesto que se considera un riesgo medio, el motivo que el modelo de negocios es distinto, pero no existen un impedimento que las empresas de competencia indirecta modifiquen su modelo de negocios a la tendencia de aplicaciones móviles.

De igual forma, se menciona que los nuevos profesionales del derecho y a quienes están en el ejercicio de la misma afectan indirectamente, ya que no existe un impedimento que puedan brindar sus servicios profesionales por medios digitales.

- **Rivalidad entre los Competidores.**

En el mercado ecuatoriano existe una alta competencia por varias empresas que ofrecen sus servicios de asesorías legales con experiencia, diferenciación y reputación que marca una rivalidad indirecta alta, por la confianza que el cliente presta al contratar estos tipos de abogados. En cuanto a la rivalidad de los servicios jurídicos dentro de medios informáticos han ido por aumento por lo que se considera un riesgo moderado en la presente industria.

- **Conclusiones**

En el presente análisis de PORTER se puede concluir que, al destacar la falta de competencia directa por un distinto modelo de negocios, ya que se mezclan dos industrias de programación y servicios legales, por lo que conllevaría a ser un producto diferenciador al comúnmente identificado dentro de la industria de asesoría legal.

Todos los puntos claves en que se considerarían un riesgo para este proyecto, se deberá innovar y conllevar a proteger de manera legal cualquier tipo de plagio o piratería. Por lo que se planteará posicionarse en el mercado por la calidad del servicio prestado y diferenciador, para que de esta forma genere mayor confianza a los posibles clientes que contraten los servicios de esta empresa.

4.5. Análisis de la Oferta

4.5.1. Tipo de Competencia

Al ser un servicio que se va ofrecer directamente desde la aplicación móvil de la empresa, se puede señalar que como tal no se tiene competencia directa alguna, sin embargo hay que tomar en cuenta algunos factores que podría influenciar el número de clientes en la empresa, uno de esos factores, es la falta de confianza en una aplicación móvil, sin una atención personalizada, como actualmente todas las empresas dedicadas a los servicios legales actúan, siendo así es necesario identificar tales como una competencia indirecta. Por lo general los competidores ya tienen varios años de participación dentro del mercado guayaquileño, su atención es basada en una asesoría personalizada a los distintos clientes que acuden a los estudios jurídicos, para despejar alguna duda, o a ilustrarse sobre cómo se tendría que llevar a cabo un proceso legal.

Tabla 3 Servicios de asesoría legal

SERVICIO	ÁREAS ESPECIFICAS
Asesoría en derecho civil	Divorcios
	Separación de Bienes
	Disolución de sociedad conyugal
	Tenencia
	Alimentos
	Inscripción de nacimiento
	Elaboración de contratos
Derecho Comercial	Sociedades
	Asociaciones
	Cooperativas
	Consortios
	Propiedad Intelectual

Derecho Laboral	Despidos
	Regularización laboral
	Enfermedades laborales
	Accidentes laborales
	Tratos discriminatorios
Derecho Administrativo	Reclamos administrativos a organismos públicos
	Reclamos judiciales a organismos públicos
	Jubilaciones

Fuente: El mundo del trabajo y la exclusión social

4.5.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

El mercado real de la presente propuesta de negocios se encuentra en un alrededor de 615 empresas que se dedican a las actividades jurídicas de las cuales 274 representan a las microempresas con una remuneración superior a los 10 millones de dólares, a la pequeña empresa 291 empresas con una remuneración superior a los 89 millones de dólares, 29 empresas que representan a la mediana A con una remuneración superior a los 41 millones de dólares, 17 empresas que representan a la mediana B con una remuneración superior a los 49 millones de dólares, y 4 empresas que representan las grandes empresa con unas ventas superior a los 43 millones de dólares, en conjunto de las remuneraciones supera los 234 millones de dólares en el año 2015 generando una suma superior de 4500 puestos de empleos en el Ecuador, con una remuneración en promedio de \$762,20 mensuales (*Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016*)

El mercado potencial se puede apreciar en los pocos patrocinadores de la defensoría pública, como menciona Gustavo Jalkh presidente del Consejo de la Judicatura, donde 766 defensores públicos deben atender a más de 353.636 tramites de la ciudadanía que respecta al año 2015, de los cuales 190.505 ciudadanos solicitaron patrocinio legal. Además, compartió que solo

en el año 2016 aumentó un 29% de casos de 62.636 a 79.307, por lo que demuestra la falta de atención por parte del Consejo de la Judicatura, e incluso se encuentra en las estadísticas del INEC de lo que va del año 2017 ha representado un total de 37.971 casos en los cuales va desde primer lugar materia de familia, civil, tránsito, laboral, inquilinato, convivencia social o vecinal, consumidores y usuarios, finalmente adolescentes infractores.

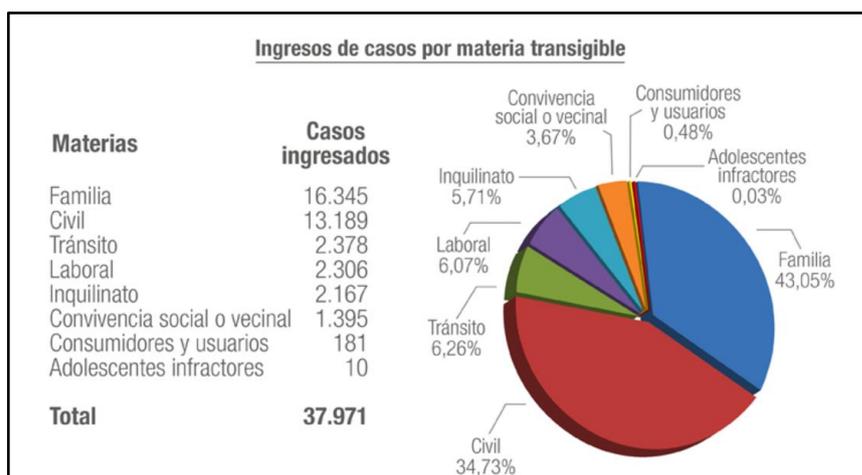


Gráfico 6 División de clientes
Fuente: INEC 2017

4.5.3. Características de los Competidores

Dentro de los competidores indirectos más fuertes, se ha identificado a los estudios jurídicos que prestan una atención personalizada al cliente, lo cual genera confianza al momento de contratar estos tipos de servicios, por la presencia y seguimiento que puede dar el cliente, en las actividades que el estudio jurídico realizaría para su asesoría pertinente. Entre las que tenemos los siguientes:

Estudio Jurídico	Materias
Manzano y Asociados	Civil, Mercantil, Constitucional, Laboral, Societario y Bancario
Noboa Bejarano	D. Empresarial, Producción e Inversiones, D. Mercantil, Bancario, Seguros, Mediación y Arbitraje.

<p style="text-align: center;">Romero y Asociados</p>	<p style="text-align: center;">D. Corporativo, Propiedad Intelectual, Inmobiliario, Fusiones y Adquisiciones, Contratación Pública, Inversión y comercial.</p>
<p style="text-align: center;">Larrea Ortiz y Asociados</p>	<p style="text-align: center;">D. Tributario, D. Corporativo, D. Público, Seguros, Migración, Comercio, Consultoría, Comercio Electrónico.</p>

Elaborado por: Autor

4.5.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa

Se busca proyectar una imagen moderna, que se adapte a las necesidades del mercado, permitiendo reducir a los clientes, el tiempo de espera en las repetidas visitas a los consultorios, simplificando los procesos a través de una aplicación móvil, acceder a información actualizada y legítima, facilitar con la gestión documental y creando el valor de ahorro procesal con el servicio jurídico por medio de esta App, siendo los clientes participantes activos y directo en esta herramienta.

Fortalecer la fidelidad del cliente y el compromiso con la implementación de un canal de servicio online, promover la marca y posicionarla en el medio digital como líder en el servicio jurídico a través de las redes sociales. Una de las estrategias que caracteriza a la competencia es moverse para resolver los problemas de los clientes con rapidez, eficiencia y cortesía deja la mejor impresión y hace que el cliente sienta que el negocio es apreciado. El resolver las quejas rápidamente ahorra dinero a largo plazo al no prolongar un problema fácilmente solucionable e inculcar confianza al cliente.

4.6. Análisis de la Demanda

4.6.1. Segmentación de Mercado

Todo tipo de empresas privadas ya sean PYMES o MIPYMES del sector comercial, sin importar el giro de negocio que necesiten de una asesoría legal o modelos de contratos preestablecidos; además se considera que la sociedad civil forma parte esta segmentación de mercado, especialmente los profesionales y estudiantes del derecho que requieran utilizar este servicio jurídico.

4.6.2. Criterio de Segmentación

- Demográfica
- Geográfica
- Psicográfica
- Conductuales

4.6.3. Selección de Segmentos

Tabla 4 Usuarios; clientes

<i>TIPO DE VARIABLE</i>	<i>TIPO DE SEGMENTO</i>
<u>Demográfica</u>	
<i>Edad</i>	18 a 64 años
<i>Género</i>	Femenino y Masculino
<u>Geográfica</u>	
<i>País</i>	Ecuador
<i>Provincia</i>	Guayas
<i>Ciudad</i>	Guayaquil
<i>Región</i>	Costa
<i>Población</i>	2.350.915
<u>Psicográfica</u>	
<i>Clase Social</i>	Clientes B; Usuarios B & C+
<i>Estilo de vida</i>	Personas y empresas dedicadas a

	ofrecer un servicio de asesoría legal.
<i>Intereses</i>	Personas que necesiten asesoría legal y además mantenerse actualizado acorde a la normativa.
<u>Conductuales</u>	
<i>Lugar de compra</i>	Vía online

El mercado al cual se le va a dar la cobertura respectiva, son todo tipo de empresas del mercado guayaquileño, quienes no tienen mucho conocimiento en cuanto a los diversos trámites legales en los que tienen que actuar, debido a que la cultura en general ha moldeado a las personas a pensar que solo el servicio legal es el servicio único para arreglar o compensar este inconveniente.

4.6.4. Perfiles de los Segmentos

- Personas o empresas que realicen trámites legales.
- Empresas sin un departamento o representante legal.
- Personas que realicen trámites legales.
- Personas que realicen actividades que sean objetos de asesoría legal.

4.7. Matriz FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
MATRIZ FODA	<ul style="list-style-type: none"> • Material y contenido legal actualizado. • Personal capacitado para resolver las inquietudes legales. • Constante innovación y seguridad del servicio ofertado. • No posee competencia directa en el mercado. • Empresa a favor 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia en ventas de productos intangibles. • Falta de conocimiento y experiencia legal. • Presenta dificultad en la atención de los clientes y usuarios. • Dificultad en el uso del software para agregar contenido a la aplicación.

	<p>del medio ambiente, ayudando a reducir el consumo de papel.</p> <ul style="list-style-type: none"> Fácil acceso a contenido jurídico. 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de experiencia y confianza para los clientes y usuarios.
OPORTUNIDADES	FORT. + Oportunidades	DEB. + Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Aumento en el uso de dispositivos móviles. Apoyo del Gobierno en proyectos tecnológicos e innovadores. Mayor uso del internet para contratación de servicios. Implementación del gobierno electrónico, para facilitar los trámites. 	<ul style="list-style-type: none"> Aprovechar el uso y conexión al internet de dispositivos móviles para promocionar el servicio iLegem. Mantener actualizado todo el contenido legal, e innovar acorde a la ley para aprovechar la implementación del Gobierno electrónico. 	<ul style="list-style-type: none"> Capacitar al personal con cursos que fomenten el mejor desarrollo empresarial. Crear contenido de mayor interés de los usuarios y clientes, como fuente generadora de confianza.
AMENAZAS	FORT. + Amenazas	DEB. + Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Sobreoferta de aplicaciones móviles. Cambio de políticas gubernamentales. Alta competencia de servicios legales. No requiere una alta inversión, fácil entrar al mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> Mantenerse en constante innovación con valor agregado para diferenciarse de la sobreoferta de aplicaciones móviles y servicios jurídicos. Implementar un servicio de eficiencia, eficacia y calidad al momento de buscar acceder a la justicia por medio de la aplicación móvil. 	<ul style="list-style-type: none"> Entrenamiento para el personal buscando mejorar la calidad y servicio. Implementar un medidor de satisfacción del cliente para estar en constante mejoramiento.

Gráfico 7 Análisis FODA

4.8. Investigación de Mercado

4.8.1. Método

Para la presente investigación se usará el método cuantitativo, producto a que se van a realizar encuestas al universo muestral de esta investigación, con el fin de obtener datos reales para la ejecución de este proyecto de investigación.

4.8.2. Diseño de la Investigación

4.8.2.1. Objetivos de la Investigación

Objetivo General

- Determinar los factores influyentes dentro del mercado objetivo en la ciudad de Guayaquil para el éxito deseado de la aplicación móvil de servicios legales.

Objetivos Específicos

- ¿Cómo fidelizar a los clientes y usuarios para prestar el servicio de asesoría jurídica mediante una aplicación móvil?
- ¿Qué tipo de estrategia se deberá utilizar para lograr penetrar al mercado y alcanzar el margen de rentabilidad esperado?
- ¿El usuario y el cliente podrán familiarizarse con la aplicación móvil para brindar y recibir asesoría legal?
- ¿Se aplicarán correctas estrategias de marketing para lograr posesionarse en el mercado?

4.8.2.2. Tamaño de la Muestra

El presente proyecto de investigación basará su muestra al total de habitantes de la ciudad de Guayaquil, la cual según el estudio del Instituto Nacional de estadísticas y censos (INEC) en cuanto al crecimiento poblacional tiene un total de 2.644.891 millones de habitantes. La fórmula para calcular la muestra en poblaciones finitas se expone a continuación.

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

De acuerdo con la muestra para poblaciones, quedaría de la siguiente manera

Tabla 5 Población de estudio

VARIABLE	SIGNIFICADO	VALOR
Z	Nivel de Confianza	1,65
P	Variabilidad positiva	0,5
Q	Variabilidad negativa	0,5
N	Tamaño de la población	2.644.891
E	Error Muestral	0,05
n	Tamaño de la Muestra	272

4.8.2.3. Técnica De Recogida Y Análisis De Datos

4.8.2.3.1.1. Concluyente (Encuesta)

Las encuestas permitieron recopilar información que facilitan a la propuesta de identificar de mejor manera el mercado. Para el siguiente análisis se utilizó una muestra representativa que se obtuvo al desarrollar la fórmula de población infinita.

La encuesta es una técnica que sirve para recolectar información de importancia, por medio de esta encuesta, se dará el respectivo análisis de los resultados recogidos de la investigación de mercado, de esta manera se podrá analizar todas las características que han sido descritas durante el estudio de las variables presentes en este proyecto de investigación.

4.8.2.4. Análisis de Datos

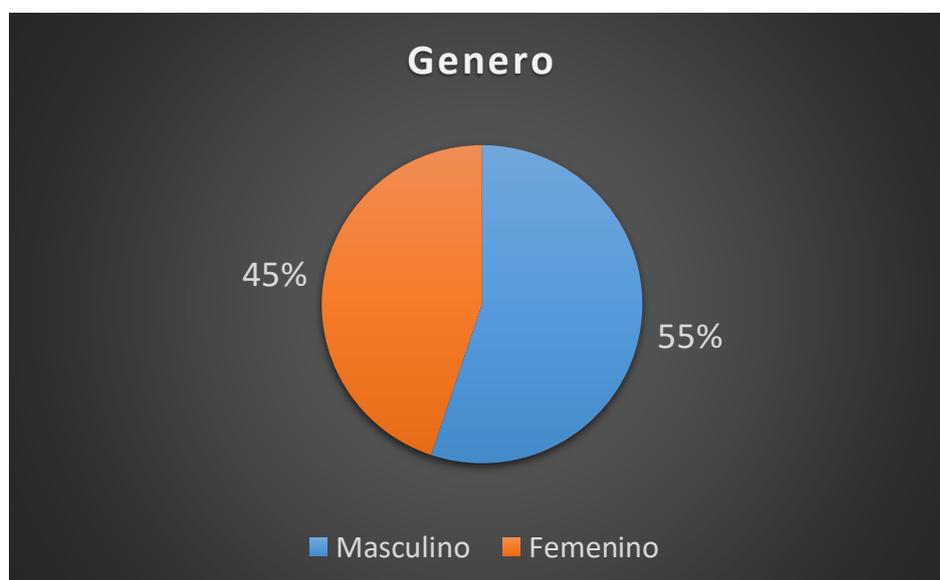
En se recolectaron datos por medio de tres vías, siendo la primera por medio de una entrevista a un experto mediante medio informal y la segunda mediante las encuestas.

Sobre el primer punto, se presentó un video didáctico sobre la aplicación móvil iLegem, en donde el Fiscal Juan Carlos Vivar mostró un interés en cuanto a la aplicación móvil, donde comparó con el sistema de la policía nacional del Ecuador, con la aplicación móvil SIIPNE y el SIAT 2.0 por parte de la Fiscalía, en cual su punto de vista crítico mencionó la aprobación por falta de una idea directamente enfocada en la gestión documental por medio de las aplicaciones móviles, pero que requiere ciertas modificaciones en cuanto al sistema para mejorar la atracción del usuario, en lo que se debe trabajar para fortalecer la idea de negocio agregando procesos, y a futuro la firma electrónica de los profesionales del Derecho.

En lo que su afirmación fue fundamental para diagnosticar el camino que se ha tomado en el desarrollo de la presente idea de negocios, pero que la facultad de poder brindar una seguridad al abogado, por cuanto a la protección informática y evitar la mala calidad de la prestación de servicios de asesoría legal, puesto que uno es responsable civil o penalmente por la mala calidad de los servicios prestados.

1. Sexo

Detalle	Frecuencia	%
Masculino	150	55%
Femenino	122	45%
Total	272	100%

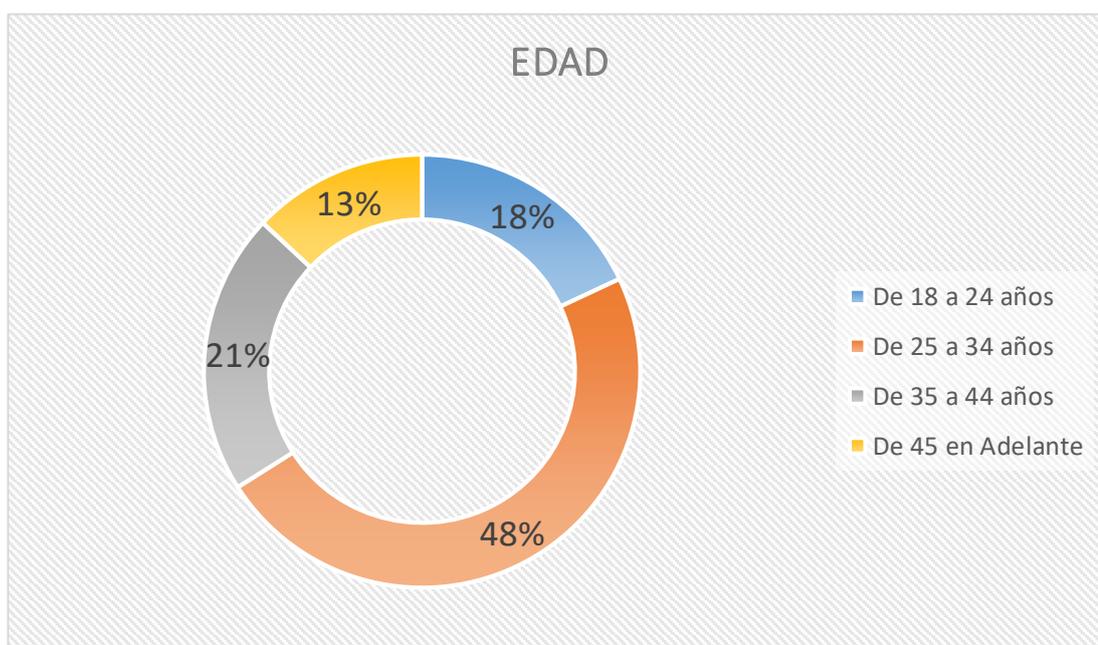


Análisis

Acorde a la información recolectada de un total de 272 encuestados en la ciudad de Guayaquil, resultó que el 45% de las personas encuestadas resultan ser de género femenino, es decir un total de 122 encuestados, y el otro 55% de género masculino, es decir un total de 150 personas encuestadas.

2. Edad

Detalle	Frecuencia	%
De 18 a 24 años	50	18%
De 25 a 34 años	130	48%
De 35 a 44 años	56	21%
De 45 en Adelante	36	13%
Total	272	100%



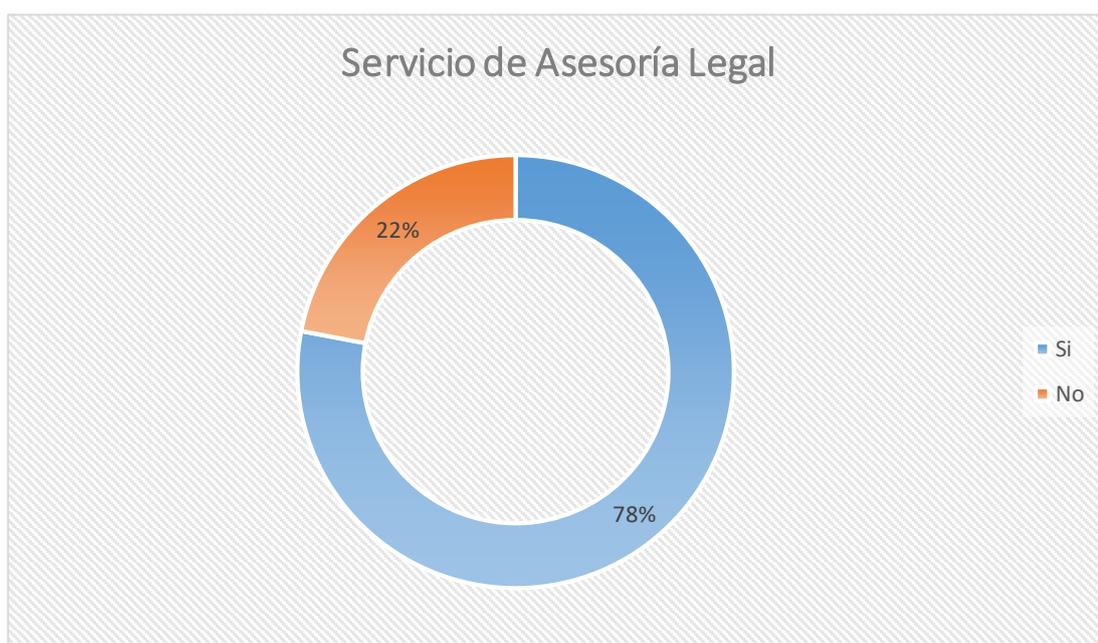
Análisis

La presente recolección de datos se llevó a cabo en la ciudad de Guayaquil, encuestando a 272 personas donde el resultado demostró que el 48% de las personas en un rango de edad de 25 – 34 años con el total de 130 encuestados, fue la mayor atención y tendencia de esta propuesta, siendo el 21% de las personas de 35-44 años con un total de 56 encuestados, por lo que demostró el interés por parte de las personas en que oscilan en este rango de edad. Finalizando con el 18% de las personas

entre 18-24 años, donde 50 personas no demostraron mucho interés por desconocimiento del área legal, como último punto los 45 años en adelante por lo que están acostumbrados a realizar sus escritos y contenidos legales por cuenta propia.

3. Alguna vez ha solicitado algún servicio legal

Detalle	Frecuencia	%
Si	212	78%
No	60	22%
Total	272	100%



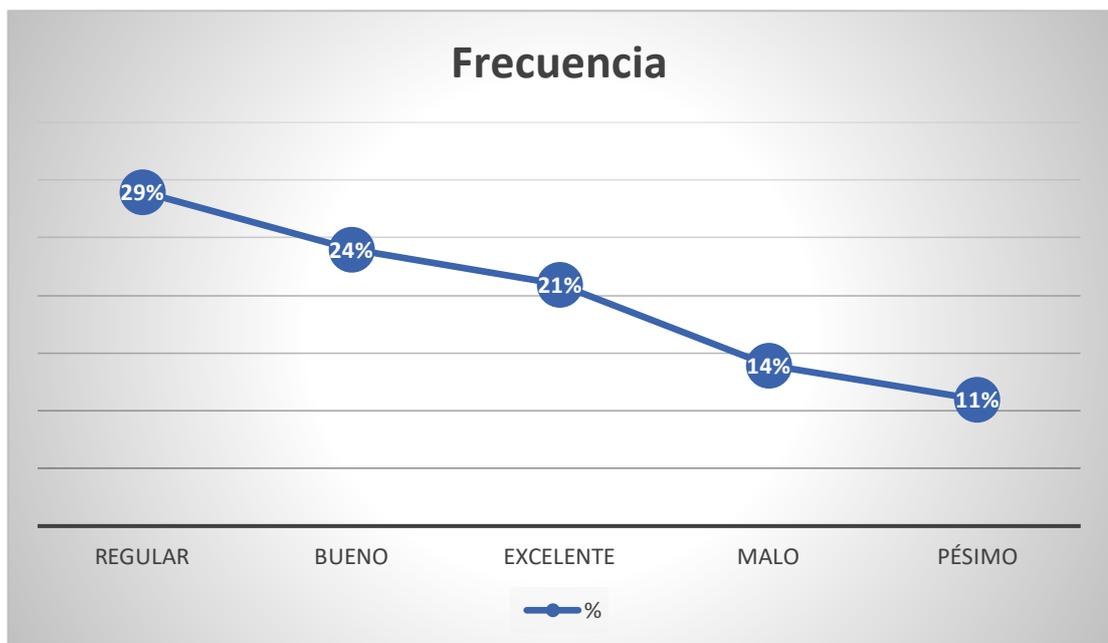
Análisis

El análisis que conlleva al resultado de quienes hayan solicitado un servicio de asesoría legal, refleja que el 78% de los encuestados es decir 212 personas han manifestado que si han recibido asesoría legal, como

consiguiente el 22% restante es decir un total de 60 personas, negaron que hayan recibido un servicio de asesoría legal en la ciudad de Guayaquil.

4. ¿Cómo considera usted el servicio legal en la ciudad de Guayaquil?

Detalle	Frecuencia	%
Regular	80	29%
Bueno	65	24%
Excelente	58	21%
Malo	39	14%
Pésimo	30	11%
Total	272	100%

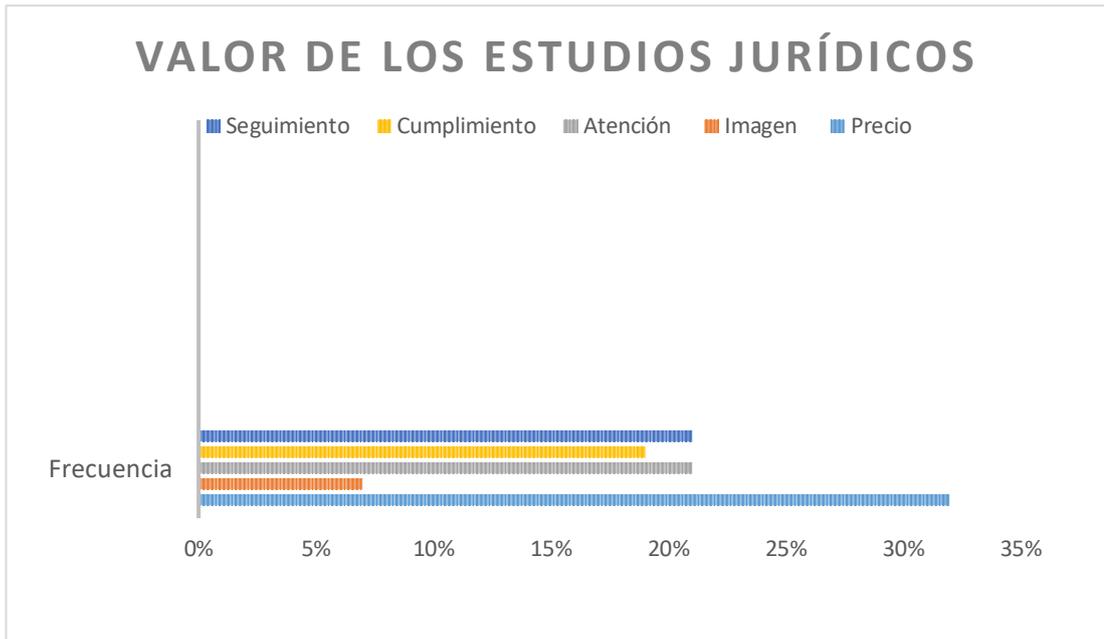


Análisis

Los datos que han llevado a una conclusión que los servicios prestados con respecto al ramo de asesoría legal es regular en un 29% o un total de 80 encuestados, por lo que se puede presentar mejoras para captar ese segmento, adicional sigue el 24% que representa a una buena atención es decir un total de 65 encuestados, de ahí continua el 21% que representaría una excelente atención legal, con un total de 58 encuestados ; y el malo como el pésimo servicio prestado por empresas de asesoría legal con un total de 25% de los encuestados de lo que puede ser un futuro nicho de mercado.

5. ¿Qué valoraría más al momento de visitar algún estudio de servicios legales?

Detalle	Frecuencia	%
Precio	87	32%
Imagen	19	7%
Atención	57	21%
Cumplimiento	52	19%
Seguimiento	57	21%
Total	272	100%

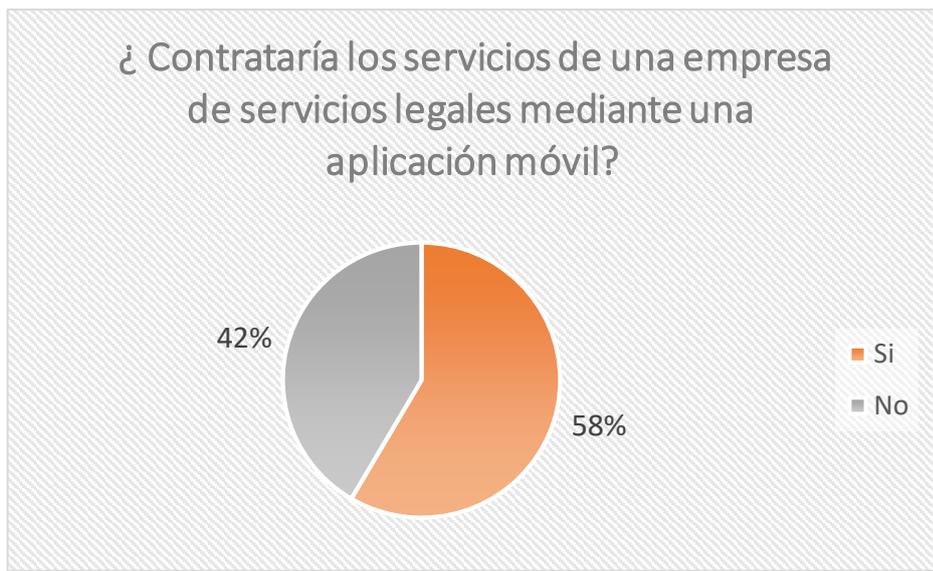


Análisis

En el presente análisis se demuestra que el mayor interés por parte de los potenciales usuarios es el precio, con una representación del 32% es decir que un total de 82 personas mencionan que el precio es el factor fundamental al contratar los servicios jurídicos, seguidos por dos factores super competitivos al momento de contratar servicios jurídicos y constan por parte de la atención con el seguimiento que se le debe dar a los casos.

6. ¿Contrataría los servicios de una empresa de servicios legales mediante una aplicación móvil?

Detalle	Frecuencia	%
Si	159	58%
No	113	42%
Total	272	100%

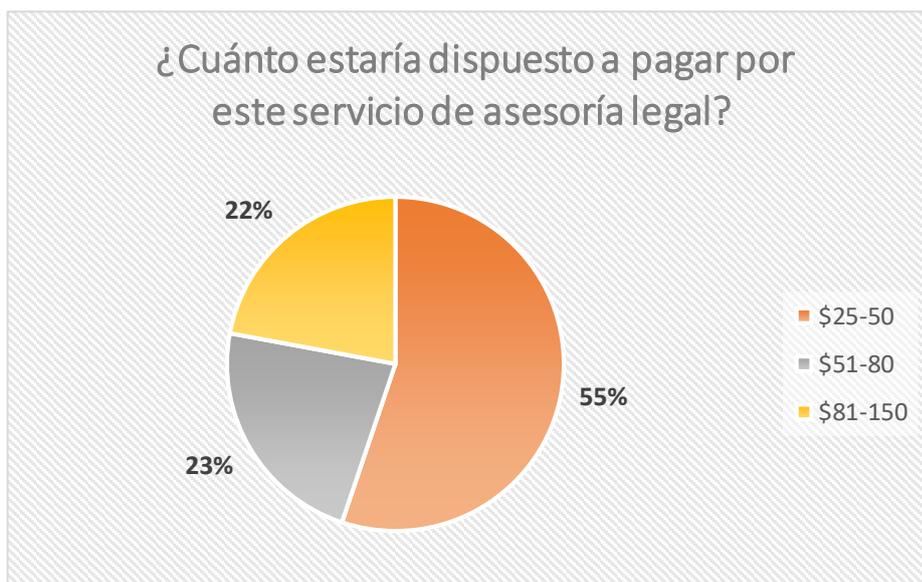


Análisis

Como se puede apreciar existe una desconfianza al querer contratar servicios legales por medio de una aplicación móvil, en cuanto representa el 58% de 159 personas que optaron que si contratarían servicios legales. En cuanto lo contrario que resultará complejo optar por generar confianza en un 42% de escépticos representando 113 personas del total de los 272 encuestados en la ciudad de Guayaquil.

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio de asesoría legal mensualmente?

<i>Detalle</i>	Frecuencia	%
\$25-50	150	55%
\$51-80	62	23%
\$81-150	60	22%
<i>Total</i>	272	100%



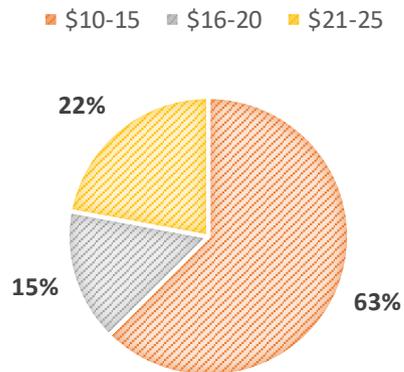
Análisis

Esta pregunta fundamental permitirá esclarecer con mayor facilidad el precio que el consumidor estaría dispuesto a pagar, por lo que en el presente análisis se puede observar que un 55%, es decir un total de 150 personas, estarían de acuerdo en pagar un valor entre 25\$ y 50\$ mensuales por el servicio de iLegem. Además, continua con un costo superior entre 51\$- 80\$ que solo el 23% estaría de acuerdo en pagar ese precio.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto pagar por el servicio de gestión documental mensualmente?

Detalle	Frecuencia	%
\$10-15	170	63%
\$16-20	42	15%
\$21-25	60	22%
Total	272	100%

¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO PAGAR POR EL SERVICIO DE GESTIÓN DOCUMENTAL?

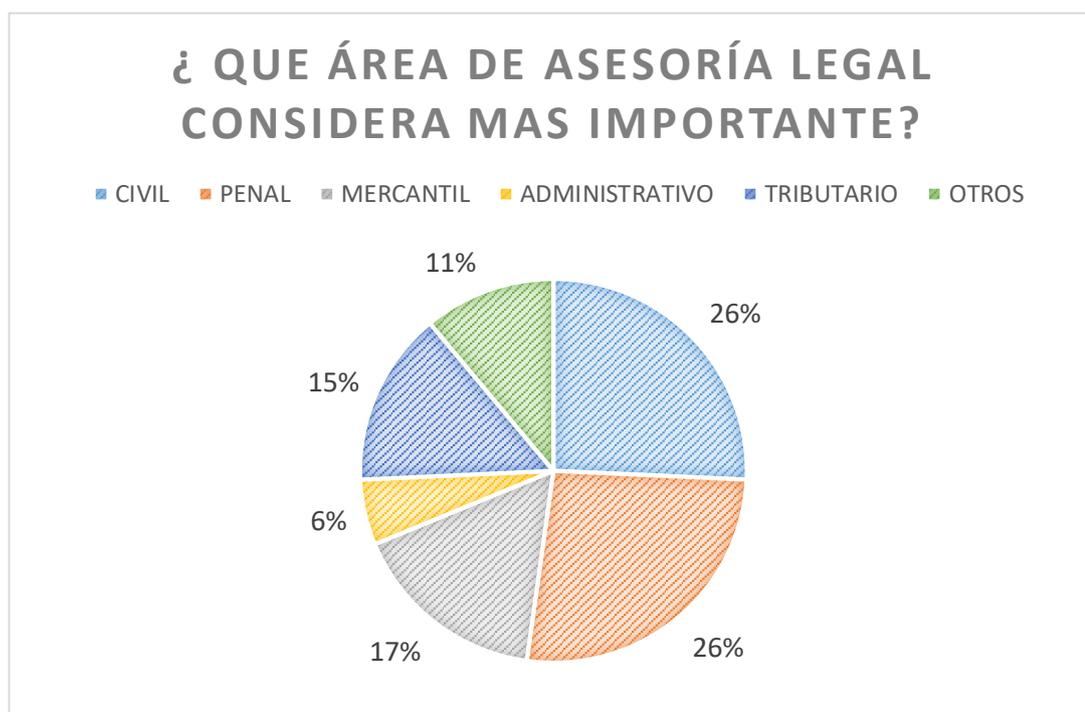


Análisis

Según los clientes en la presente encuesta manifiestan que el 63% estaría dispuestos en adquirir la gestión documental por un valor entre 10\$-15\$ es decir 170 encuestados de los 272, por lo que se considera este valor como principal fuente valida en la implementación del precio en este servicio. Adicionalmente los valores que subsiguen representan al 22% con un valor entre 21\$ - 25\$, y finalmente el 15% de los encuestados argumentan que pagarían entre 16\$ y 20\$ por el servicio de gestión documental.

9. ¿Qué materia en el campo de la asesoría legal considera importante?

Detalle	Frecuencia	%
CIVIL	70	26%
PENAL	72	26%
MERCANTIL	45	17%
ADMINISTRATIVO	30	11%
TRIBUTARIO	40	15%
OTROS	15	6%
Total	272	100%



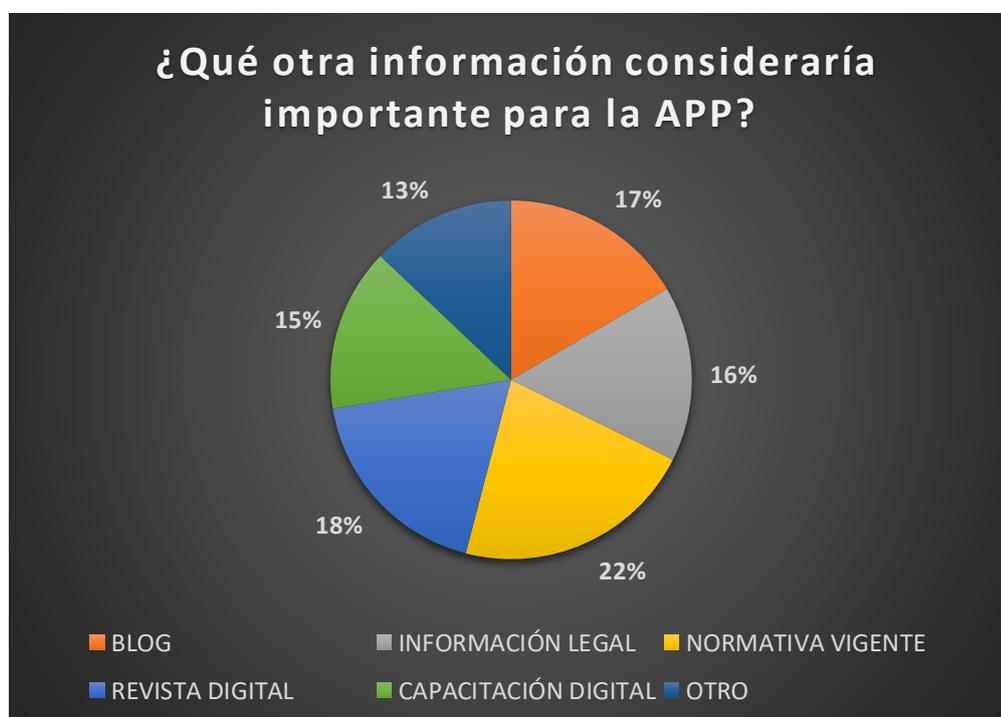
Análisis

Como se puede observar existe una competitiva disputa entre el D. Civil y el D. Penal, por lo que en la presente encuesta se llevan el 52% del total de los enunciados, con el total de 140 encuestados, de esta forma se puede considerar el área penal y civil como principales fuentes en la asesoría legal,

además le sigue el D. Mercantil con el 17% y el D. Tributario con el 15% siendo estas ramas de mayor demanda en el mercado Guayaquileño.

10. ¿Qué otra información consideraría importante para la APP?

<i>Detalle</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
<i>BLOG</i>	45	17%
<i>INFORMACIÓN LEGAL</i>	43	16%
<i>NORMATIVA VIGENTE</i>	59	22%
<i>REVISTA DIGITAL</i>	50	18%
<i>CAPACITACIÓN DIGITAL</i>	40	15%
<i>OTRO</i>	35	13%
Total	272	100%



Análisis

El resultado de la última pregunta manifiesta que de los 272 encuestados, el 22% manifiesta que la normativa vigente consideraría importante para agregar a la aplicación móvil, adicionalmente el 18% de los encuestados manifestaron que solicitarían que se implemente una revista digital con contenido jurídico. Después se señala que el 16% y el 17% representan a los blogs e información lega, por lo que resulta estos tres factores indispensables para la implementación en la aplicación móvil.

4.8.2.5. Resumen e interpretación de resultados

Los datos recogidos de la investigación de mercado en su mayoría dejan perspectivas positivas para la entrada de la aplicación móvil de servicios legales al mercado, se pudo identificar que la mayoría de los participantes de esta investigación de mercado, se encuentran insatisfechos con los actuales servicios que se ofrecen en el mercado Guayaquileño.

A las personas se las nota interesadas sobre este tipo de proyecto innovador que trae consigo este mercado, sin embargo, muchos mantienen una desconfianza ante no tener una negociación, por así decirlo, cara a cara con la persona encargada, que vendría a ser el asesor legal.

4.8.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado

El mercado Guayaquileño posee un mercado en constante crecimiento en cuanto a los servicios legales, muchos de los encuestados atraviesan actualmente algún proceso legal, del cual desean asesorarse de manera adecuada, además de que muchos a su vez no saben cómo llenar documentos juramentados o contratos, lo cual les hace arriesgarse ante un negocio o ante una propuesta.

4.8.4. Recomendaciones de la Investigación de Mercado

- Se recomienda fortalecer la imagen de la aplicación móvil de servicios legales a través de la explotación de sus ventajas competitivas y diferenciales.
- Elaborar estrategias sobre los beneficios ofertados y buscar el mejor medio para la introducción y comunicación del servicio ofertado.
- Es fundamental, antes que nada, probar el servicio unas semanas para perfeccionar su funcionamiento.

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

CAPÍTULO 5

5. PLAN DE MARKETING

5.1. Objetivos: General y Específicos

Objetivo General

- Desarrollar las estrategias necesarias para lograr la penetración en el mercado y generar un impacto sobre los clientes, haciendo que surja en ellos las necesidades de consumo, logrando tener como resultado un crecimiento mínimo del 1,68% anual valor obtenido según promedio de inflación desde el 30 de septiembre del 2015 – 31 de agosto del 2017.

Objetivos Específicos.

- Pronosticar ventas reales en base a la demanda existente, que contribuyan a establecer estrategias certeras y eficaces proyectados a los próximos cinco años.
- Seleccionar estratégicamente la localización y distribución de merchandising para generar un elevado impacto visual dentro del primer año operativo.
- Realizar un estudio preoperativo del mercado meta para fijar precios, estrategias y políticas de precios en base a las necesidades del consumidor.
- Establecer estrategias, formas de promoción y distribución de nuevos servicios de asesoría legal, especialmente en los primeros tres años.

5.1.1. Mercado Meta

5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración

El mercado meta para este proyecto se ha definido por los profesionales de derecho y estudios jurídicos de la ciudad de Guayaquil, además para

todas las personas naturales y jurídicas mayores de edad que requieran de asesorías legales.

Las estrategias de penetración que acogerá la empresa “iLegem” para ingresar al mercado, se enfoca en algunos aspectos que surgen del análisis de los competidores:

- Estrategia de Ajuste de precios

Establecer precios acordes a la capacidad de pago de la población e inferiores a la competencia en un 20% para ser competitivo en el mercado, y captar mayor volumen de mercado manteniendo la calidad del servicio, de esta forma se busca establecer un precio mínimo de 500\$ como precio básico para aquellos usuarios que requieran la asesoría y patrocinio legal.

- Mayor promoción

Realizar el lanzamiento de campañas publicitarias cuando exista un periodo especial con un precio de venta atractivo para el consumidor, como pueden ser las quincenas o fin de mes, de igual forma los feriados e incluso días festivos.

- Mejoras en productos

Desarrollar un App móvil que permita a los potenciales clientes acceder a la información legal necesaria y as su vez resolver sus requerimientos mediante el dispositivo móvil, aplicando la innovación con el desarrollo de nuevas tendencias sobre esta herramienta jurídica.

5.1.1.2. Cobertura

La empresa “iLegem” brinda servicios legales a la población guayaquileña y otorga un valor agregado a sus servicios, este es el uso de una app móvil por donde pueden ser atendidos de manera legal y acceder a toda la información requerida. La cobertura de este proyecto va dirigida a toda la población de Guayaquil mayor de edad que requieran servicios legales, además les proporciona beneficios en el manejo del tiempo, para aquellas

personas que por su actividad laboral no pueden asistir a algún centro de asesoría.

5.2. Posicionamiento

El posicionamiento de la marca “iLegem” se basa en la diferencia del servicio con relación a la competencia, es decir que se agregará un valor extra a los servicios tradicionales, en este caso será un App móvil donde se podrá acceder a los servicios legales y resolver sus necesidades jurídicas.

Las empresas de asesorías legales existentes no han implementado este tipo de herramienta tecnológica como apoyo para sus servicios, lo que otorga una ventaja competitiva para el posicionamiento de la marca con respecto a los objetivos propuestos, además de ser un servicio de carácter innovador. La empresa se enfocará principalmente en el posicionamiento por calidad esto quiere decir que buscará posicionarse como especialista, destacando calidad y confianza.

Tabla 6 Estrategia de posicionamiento

EMPRESA /PRODUCTO	MERCADO META	BENEFICIOS	PRECIO	VALOR ADICIONAL	ESTRATEGIA
Servicios legales	Profesionales de derecho y estudios jurídicos. Población de edad mayor de edad.	Ahorro de tiempo para el cliente. Precisión en el manejo de sus documentos legales.	De acuerdo con los establecido s en el mercado	App móvil	Reducir la atención de la empresa, únicamente al área jurídica.

Autor: Manuel Andrés Andrade Vera

5.3. Marketing Mix

5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios

En base a la estrategia por presentarse dentro del producto, se busca implementar diferentes tácticas indispensables, al momento de pautar e inclusive crear contenido didáctico y accesible para los usuarios y clientes. Puesto que se deberá generar contenido previo, para que de esta forma se

posee dentro del mercado Guayaquileño como una empresa que posee conocimientos jurídicos y necesarios, para solventar cualquier tipo de inquietud o necesidad legal.

Dicho esto, se capacitará al personal sobre todo lo relacionado en mejorar el lenguaje de ventas y no solamente tener conocimientos técnicos en el área legal, por lo que facilitaría al momento de captar clientes y brindar un servicio de óptima calidad en comparación con la competencia.

5.3.1.1. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado

Al ser una aplicación móvil, se debe ofrecer un servicio que proporcione beneficios superiores, aun cuando los clientes comparen los beneficios proporcionados por los productos o servicios de los competidores.

El elemento estratégico del plan de negocios describe cómo se venderán sus productos o servicios, los mercados de destino a los que venderá, el mensaje de marketing que va a utilizar para convencer a los clientes de adquirir el servicio e implementar métodos que se utilizará para entregar el mensaje con éxito.

Se ofrecerá un servicio legal, con variables determinantes como el cumplimiento del servicio y la calidad del mismo, cuando se menciona calidad se hace referencia al éxito de la tramitología del proceso que se esté realizando.

Para establecer estrategias de servicios se debe considerar una auditoria de los actuales recursos y potenciales recursos, además de un enfoque en los mercados de productos iguales y de las variaciones de los mismos. Una estrategia empleada para la creación del servicio sería:

- Fijar los servicios considerando las necesidades del mercado y las expectativas de los mismos.
- Establecer los servicios con un plus para poder captar la atención del cliente.

5.3.1.2. Amplitud y Profundidad de Línea

El posicionamiento de la marca en la mente del consumidor deviene de importancia vital en proyectos de esta naturaleza, sobre todo, este tipo de tecnología móvil, cuando es una industria de alta demanda y puede existir la tendencia, en que se presente productos sustitutos o servicios que puedan aparecer de una forma exorbitante. Siendo la marca una percepción visual, mediante se pueden inclusive transferir sentimientos a través de los colores, por ende, se debe efectuar un gran esfuerzo para lograr llamar la atención de los consumidores; logrando posicionar el producto por su calidad y por sus precios frente a los competidores, por lo que la empresa de “iLegem” ingresa al mercado local con la actividad comercial de servicios legales por medio de una aplicación móvil. Brindando servicios de asesoría legal sobre los campos:

•Derecho Laboral

Brinda consultoría

Elabora contratos

Elabora y aprueba documentos internos de trabajo

Otorga patrocinio profesional en caso de trámites por visto bueno, desahucio, recursos administrativos

•Derecho Societario

Elabora y registra nombramientos

Elabora y actualiza libros societarios

Elaboración de contratos mercantiles

Fusiones y adquisiciones

Join Venture

Franquicias

El servicio que brinda la empresa “iLegem” es de carácter jurídico, siendo un valor diferenciador de la competencia, por lo que es un App móvil, donde se pueda acceder, para resolver sus necesidades jurídicas, enlazarse en el mundo legal y mantener sus documentos como corresponden. Brindando consultoría legal por vía online, desde su dispositivo móvil, además se ofrecen servicios personalizados a precios módicos.

La asesoría legal brinda información jurídica a aquellas personas que requieren de dichos servicios para resolver asuntos de aplicaciones de leyes, normativos y/o reglamentos dentro del campo de derecho. La consultoría legal o jurídica resolvería asuntos complicados en caso de subordinación y dependencia entre leyes.

5.3.1.3. Marcas y Submarcas

La empresa de asesoría jurídica tendrá una sola marca que los identifique, creada por su propietario, con su presentación de marca y logotipo.



Gráfico 8 Marca de la empresa

5.3.2. Estrategia de Precios

5.3.2.1. Precios de la Competencia

En la ciudad de Guayaquil existe gran variedad de empresas consultoras que se dedican al asesoramiento de varias ramas como son contables, tributarias, legales, etc. La empresa “iLegem” ofrece un servicio especializado en el área jurídica con un plus de un App móvil para servicios legales, es decir no tiene competidores directos. Sin embargo, las empresas

consultoras tienen gran acogida en el mercado y ganado el segmento por lo que representa una competencia indirecta e importante, entre los servicios más comunes tenemos:

Tabla 7 Precios de la competencia por servicios jurídicos

SERVICIO	ÁREAS ESPECIFICAS	PRECIO
Asesoría en derecho civil	Divorcios	\$ 1200
	Separación de Bienes	\$ 1100
	Disolución de sociedad conyugal	\$ 850
	Tenencia	\$ 450
	Alimentos	\$ 600
	Inscripción de nacimiento	\$ 15
Derecho Mercantil	Sociedades	\$ 320
	Asociaciones	\$ 200
	Cooperativas	\$ 450
	Consortios	\$ 340
	Propiedad Intelectual	\$ 100
Derecho Laboral	Despidos	\$ 500
	Regularización laboral	\$ 500
	Enfermedades laborales	\$ 200
	Accidentes laborales	\$250
	Tratos discriminatorios	\$ 300
Derecho Administrativo	Reclamos administrativos a organismos públicos	\$ 350
	Reclamos judiciales a organismos públicos	\$ 200
	Jubilaciones	\$ 500

Autor: Manuel Andrés Andrade Vera

5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta

El mercado meta al que va dirigido el servicio son los profesionales en el área y la población en general mayor de edad dado a que en dicha edad se encuentran en facultad de costear productos o servicios por su propio medio.

En caso de consultas la población podrá hacerlo por medio de la aplicación móvil sin costo alguno, si llegase a cobrar un valor será mínimo. Tratándose de manejo de documentación como sería por trámites de divorcio el poder adquisitivo establecido será de \$250. En otros casos las tarifas varían de acuerdo con la situación.

5.3.2.3. Políticas de Precio

Empresas de asesoría jurídica en la ciudad de Guayaquil, existen varias competencias, por lo cual para que el cliente adopte la decisión de consumo del presente servicio, se deberá establecer precios atractivos, respetando la calidad del servicio de modo que puedan crear una ventaja diferenciadora del producto a pesar de su valor agregado. Para conseguir la aceptación del servicio se han creado las siguientes estrategias:

- Establecer un precio base para los servicios personalizados considerando la necesidad del usuario y cliente, estableciendo un precio base de 250\$ en procesos que requieran asistencia o patrocinio los clientes y de 500\$ en adelante, sobre procesos que sean requeridos los usuarios.
- Establecer descuentos para cliente frecuentes o por cantidad de servicio.
- Fijar paquetes de servicios con precios promocionales.
- Precios asequibles, en cuanto a un paquete especializado, a un costo de 41,66\$, y el paquete completo con el precio de 25,00\$.

Los precios de los servicios jurídicos que brinda la empresa “iLegem” estarán fijados de acuerdo con algunas estrategias tales como:

- Los precios se fijarán con una ligera variación de la competencia, es decir que estén por debajo de ella considerando que el nivel de rentabilidad y el margen de utilidad se mantenga;
- El precio al público se fijará en terminaciones impares, de modo que otorga la sensación visual de rebaja;
- Las políticas se aplicarán cuando así lo amerite el caso, como en fechas especiales o feriados, a fin de tener una alternativa para evitar el deceso de las ventas.

SERVICIOS	USUARIOS	CLIENTES
Marco Legal	X	X
Contenido Jurídico	X	X
Registro Oficial	-	X
Plantillas	-	X

5.3.3. Estrategia de Plaza

5.3.3.1. Localización de Puntos de Venta

El servicio jurídico que ofrece la empresa “ILEGEM” se desarrolla por medio de una aplicación móvil, que es el medio directo de distribución del servicio de consultoría. Sin embargo, se establece la empresa física en la ciudad de Guayaquil localizada en Urdesa calles Víctor Emilio Estrada entre Ficus y las Monjas, a fin de atender todas las dudas e inquietudes de los clientes y además generar confianza sobre la calidad del servicio en ellos.

Ubicar el establecimiento físico en un lugar visible y frecuentado para facilitar el desarrollo de las publicidades y la captación del mercado meta.

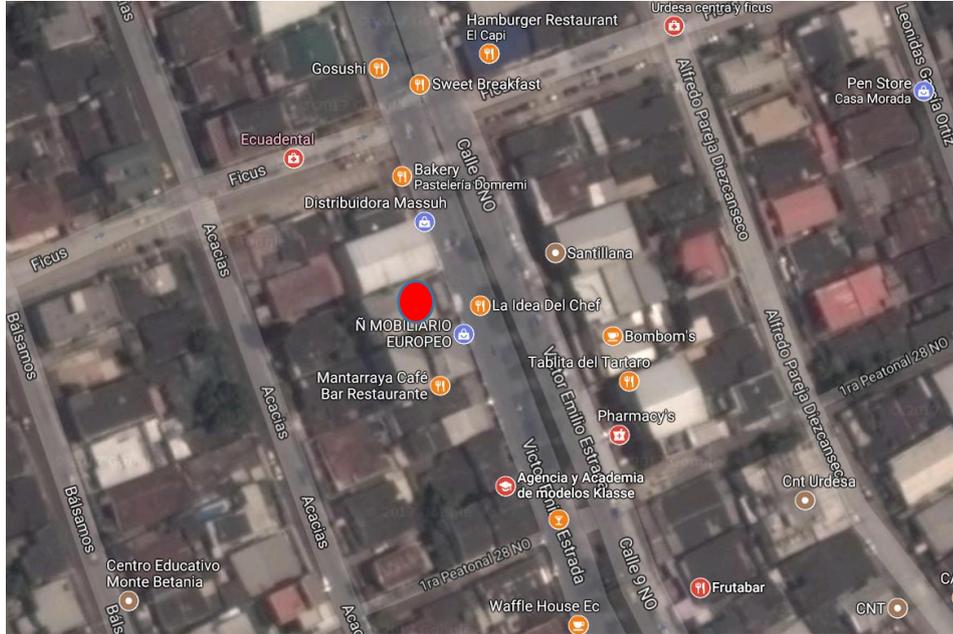


Gráfico 9 Localidad de ILEGEM

5.3.3.1.1. Distribución del Espacio

La distribución del espacio en lo que respecta a la estructura de la aplicación móvil, se divide en 4 factores fundamentales donde se representa a las Leyes, Plantillas, Asesoría, Registro Oficial, estos factores son indispensables para el funcionamiento de la aplicación móvil y especialmente en este modelo de negocios.

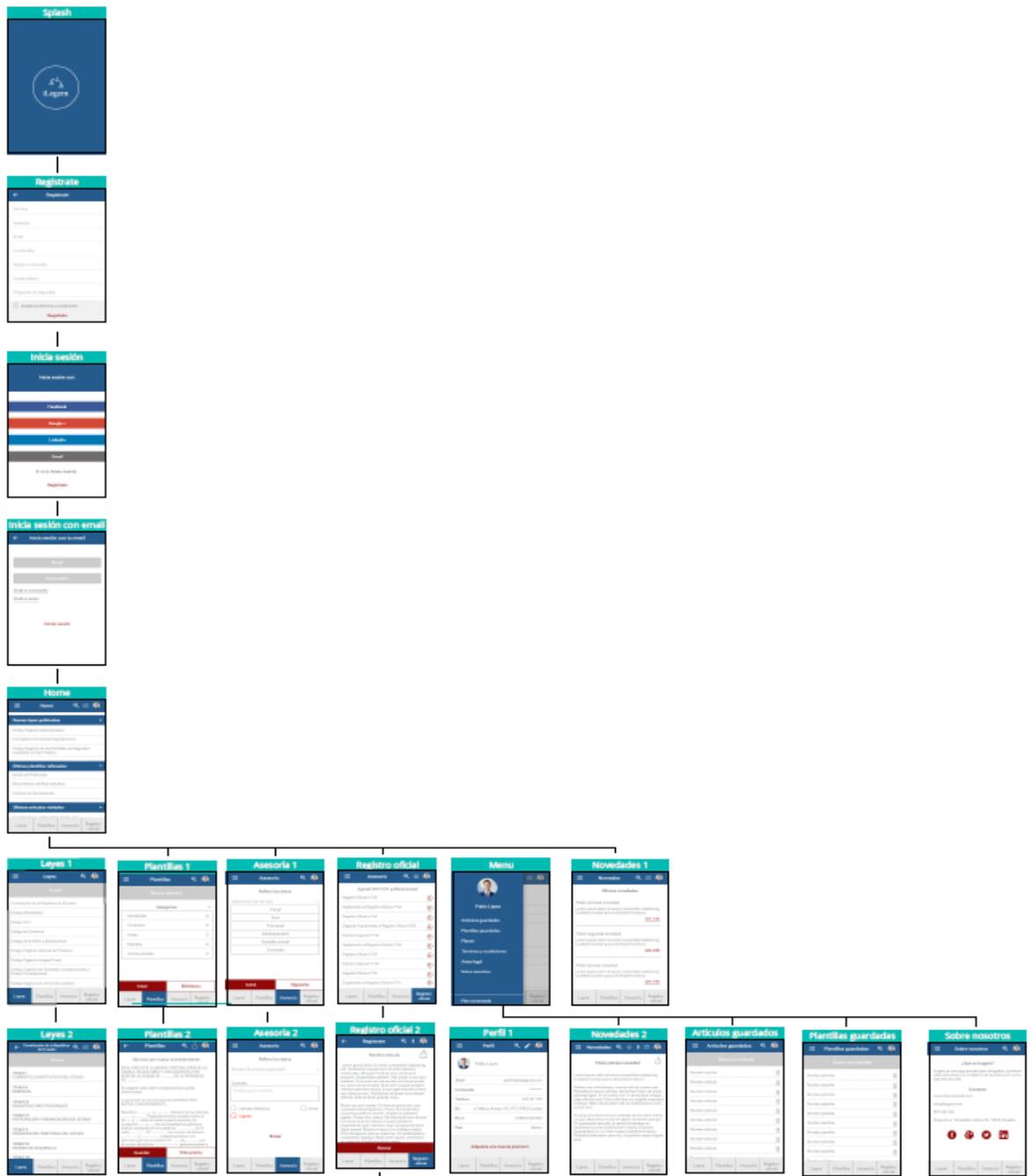
Donde la plantilla de leyes representa el contenido jurídico del marco legal, que mantendrá informado a los usuarios y clientes de forma gratuita, sin necesidad de mantenerse conectado al internet.

Donde la plantilla representa a los formatos que estarán prediseñadas para el fácil uso y edición por parte de los clientes, puesto que los formatos

de demandas, actas entre otras, conllevarán al acceso y uso de la información.

Donde la plantilla de asesoría representa al acceso de los clientes y usuarios, para acceder a información jurídica e indispensable para despejar cualquier duda jurídica.

Donde la plantilla del registro oficial representa a los registros diarios publicados y aprobados por los organismos de control.



5.3.3.1.2. Merchandising

Al ser una empresa nueva en el mercado, se plantea realizar distintas estrategias de merchandising donde se repartirá material publicitario a distintas empresas, como librerías, consultorios jurídicos, e inclusive a las personas que se encuentren contratando el servicio, con el fin de atraer la atención del tanto de los clientes como usuarios cuyo motivo principal es la publicidad de esta aplicación móvil. El merchandising estará compuesto por las técnicas consideradas necesarias para llevar el servicio hacia el consumidor.



Fuente: Autor



Fuente: Autor



Fuente: Autor

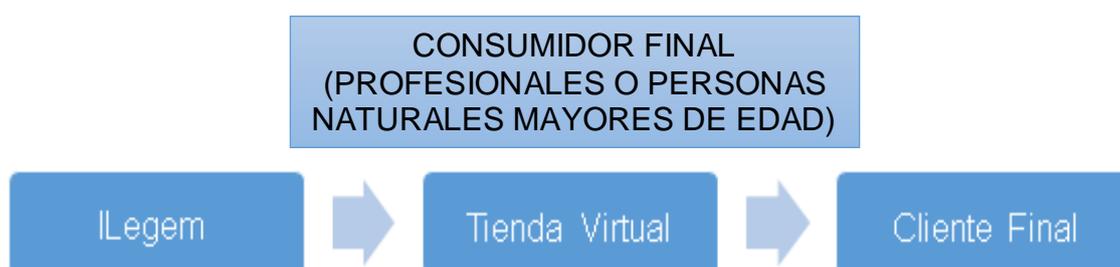
5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial

5.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.

ILegem (justicia) es una empresa de servicios dedicada a la actividad de consultoría, por lo tanto, su canal de distribución es directa.

En los aspectos del servicio jurídico se manejará directamente via online, pero en caso de solicitud de asesoría y patrocinio se deberá citar a la persona, en las oficinas con anterioridad mencionada.

Para la adquisición del producto se establecerá dos canales, virtual y físico, donde el virtual se manejará de la siguiente manera:



Del canal físico se menciona que se atenderá en las oficinas de Victor Emilio Estrada y Ficus, puesto que se podrá informar y concretar la venta del servicio mencionado.

5.3.3.3. Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones

Las políticas de la empresa aplicadas al cliente serán:

Pre-venta

Las condiciones de los servicios, características, precios, inquietudes del consultor o del cliente están ya expuestos antes de que el abogado o el propio usuario descarguen alguna plantilla o contraten algún servicio ofrecido en la App.

Post-venta

Luego de las consultas realizadas por los potenciales clientes, deberá hacerse seguimiento a dichas personas para conocer la situación de su caso o motivos de sus dudas, esto a fin de crear una imagen de confianza en la mente del consumidor.

Quejas y reclamos

En la aplicación móvil habrá una opción donde se receptan quejas y reclamos, mismas que deberán ser atendidas y respondidas en un lapso máximo de 24 horas.

Las quejas y reclamos podrán hacerse de manera presencial o por vía online, en cualquier caso, las quejas deberán ser recibidas, contestadas y atendidas en un plazo máximo de 24 horas.

Devoluciones

Se realizan devoluciones únicamente si se llega a pactar algún acuerdo con el cliente en el momento de la pre-venta, por incumplimiento de algún pedido.

5.3.4. Estrategias de Promoción

Las estrategias que se llevará a cabo para la promoción de la empresa iLegem por las redes sociales son las siguientes:

- Implementar contenido didáctico e importante para que la gente conozca lo indispensable que es defender un derecho. Por lo que se plantea generar estos contenidos mínimos 3 veces a la semana, con específicamente los días lunes, sábado y domingo.
- Fomentar la participación de los usuarios, con la promoción de distintos casos como son los divorcios, alimentos, demandas laborales, etc. Patrocinando con un descuento e inclusive de manera gratuita para empezar a generar confianza o prospecto.
- Consulta jurídica gratuita para quienes consideren obtener pequeña información de los procesos a seguir, mas no el patrocinio.

5.3.4.1. Promoción de Ventas

La empresa ILEGEM al ser una empresa de servicios legales por medio de una aplicación móvil, requiere de gran cantidad de publicidad por redes sociales, ya sea por pautando los días feriados, festivos y de mayor demanda de usuarios en las distintas redes.

Las personas que comisionen por la venta de este servicio estarán en parte interna de la empresa o mediante llamadas telefónicas y se encargaran de promocionar, explicar los servicios que ofrece la empresa y que vender dichos servicios que se puedan ofrecer por medio de esta aplicación móvil.

5.3.4.2. Publicidad

5.3.4.2.1. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje

La propuesta publicitaria de la empresa consiste en dar a conocer los servicios jurídicos que brinda la organización, señalando que pueden acogerse jóvenes mayores de edad y profesionales.

Concepto: El concepto publicitario radica en mostrar la capacidad de la empresa en el área de servicios personalizados, es decir mostrar que la empresa se enfatiza únicamente en el área jurídica y es capaz dar soluciones legales. Resaltando los principales servicios:

- Consultas
- Asesorías personalizadas
- Tramites de documentación

Mensaje: El mensaje de publicidad es que los jóvenes también pueden ejercer sus derechos legales.

Resolver tus dudas legales ahora es fácil, con la plataforma de servicios jurídicos de ILEGEM.



Gráfico 11 Anuncios publicitarios

5.3.4.3.2. Estrategias ATL y BTL

Estrategia ATL (Above the line)

La empresa empleará como parte de las estrategias ATL anuncios publicitarios por dos revistas de interés como son las de Revista de la Cámara de Comercio de Guayaquil y Novedades Jurídicas, cuyo contenido es relevante para el desarrollo exponencial del servicio jurídico de la APP iLegem.

Estrategia BTL (Below the line)

Las estrategias BTL se efectuarán mediante la publicidad por medio de redes sociales, página web ayudada conjunto a la aplicación móvil para los servicios legales. Como la difusión en redes sociales, tales como Twitter, Facebook y Google Ads, permitiendo alcanzar un mayor mercado meta.

5.3.4.4. Estrategia de Lanzamiento

La empresa participará en ferias laborales, conferencias, discursos que se realicen en universidades, cámara de comercio y lugares donde acude la ciudadanía por información, especialmente se optará en la elaboración de contenido de relevancia jurídica, y postear en un blog, donde permita atraer a las personas interesadas por el derecho.

5.3.4.5. Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.

El plan de medios que utilizará la empresa será por medio de redes sociales como páginas web, Twitter e Instagram dado a la gran repercusión que tienen sobre la sociedad para dar a conocer los servicios, posesionarse y mantenerse en la mente del consumidor. Se pondrán anuncios en revistas empresariales por dos veces cada año, la repartición de volantes y tarjetas de presentación cuando existan clientes en oficina o en ferias empresariales, conferencias entre otros eventos.

PRESUPUESTO DE MARKETING

		CANAL	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE
PUBLICIDAD														
PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS	Directo		240,00	400,00	-	-	-	240,00	400,00	-	-	240,00	400,00	-
Publicaicones Cámara de Comercio de Guayaquil				400,00					400,00				400,00	
Publicaicones revista novedades jurídicas			240,00					240,00				240,00		
CORREO DIRECTO	Directo		300,00	300,00	300,00	200,00	200,00	300,00	200,00	200,00	200,00	300,00	300,00	300,00
Ecuapublicidad					-	200,00	200,00		200,00	200,00	200,00			
AlfaDigital			300	300	300	-	-	300	-	-	-	300	300	300
PUNTOS DE VENTA	Directo		-	-	345,00	-	-	345,00	-	-	-	345,00	345,00	-
Colegio de Abogados	Directo				345,00			345,00				345,00	345,00	
REDES SOCIALES	Directo		320,00	100,00	220,00	100,00	220,00	100,00	220,00	100,00	220,00	100,00	220,00	200,00
Twitter			100,00		100,00			100,00			100,00			100,00
FACEBOOK			100,00	100,00		100,00	100,00		100,00	100,00		100,00	100,00	100,00
GOOGLE ADS			120,00		120,00		120,00		120,00		120,00		120,00	
WEB			50,00	50,00	50,00	-	-	-	-	-	-	50,00	50,00	50,00
WEB 1			50,00	50,00	50,00							50,00	50,00	50,00
Volantes	Directo		75,00	75,00	75,00	75,00	75,00			75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
TOTAL PUBLICIDAD			985,00	925,00	990,00	375,00	495,00	985,00	820,00	375,00	495,00	1.110,00	1.390,00	625,00

Fuente: Autor

5.3.4.6. Marketing Relacional

Todo lo establecido para el crecimiento empresarial se enfoca al marketing relacional, es decir que va a ayudar a formar una relación satisfactoria y duradera a largo plazo.

5.3.4.6.1. Estrategias de E-Commerce

La aplicación móvil desarrollará estrategias que faciliten la captación de personas interesadas en adquirir este servicio de asesoría jurídica, entre otros, por lo que se prevé hacer una precampaña para poder captar usuarios y así facilitar con la atención de clientes potenciales,

- Implementación de un portal web, para la integración de métodos de pagos
- Implementación de un blog informativo
- Postear tres veces a las semanas contenidos jurídicos de alta relevancia.
- Invitar abogados de alto prestigio para que comente o realice un feedback del producto.
- Otorgar un mes gratis para los nuevos clientes
- Implementar un portal dinámico y de fácil acceso para quienes sean usuarios, por lo que podrán consultar todo el marco legal y acceder al registro oficial, sin ningún costo.
- Realizar descuentos en casos legales y facilidades de pagos.

5.3.4.6.2. Análisis de la promoción Digital de los Competidores: Web y Redes Sociales

Los competidores se encuentran pautando muchas campañas publicitarias por los medios sociales, por lo que se busca otorgar un directorio a todas las personas que adquieran nuestro servicio, para crear un portal de abogados especialistas, como sucede en el portal elabogado.com, desde luego, esto permitirá facilitar a los clientes externos al momento de buscar una solución jurídica.

Síguen



★ Añadir y compartir

Menú Principal

- Portada
- ✓ Nosotros
- ✓ Profesionales
- ✓ Enlaces de interés
- ✓ Leyes y Reglamentos
- ✓ Contáctenos



Consultoría Legal

DERECHO LABORAL

- Elaboración de Contratos
- Elaboración y aprobación Reglamentos Internos de Trabajo
- Aprobación de Horarios y autorización para laborar Horas Suplementarias y Extraordinarias
- Patrocinio profesional para trámites de Visto Bueno, Desahucio y Recursos Administrativos
- Consignación de Liquidaciones de Haberes
- Juicios por Despido Intempestivo
- Seminarios de Actualización Laboral.

DERECHO SOCIETARIO

- Constitución, disolución y liquidación de Compañías, Sociedades de Hecho y Consorcios

Entérese aquí de sus obligaciones con la Ley

Gráfico 12 Anuncios publicitarios



[Iniciar sesión](#) [Alta Gratis](#)

INICIO
PROVEEDORES
OFERTAS
CONSEJOS
ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS
EQUIPAMIENTO PARA NEGOCIOS
PROVEEDORES PARA BARES

Proveedores > Directorio de proveedores > Proveedores de Servicios > Empresas de Servicios Legales

Empresas de Servicios Legales





¿Por qué y cómo contratar una asesoría laboral?

Contratar una buena asesoría laboral tiene grandes beneficios para cualquier empresa, y también para los mismos empleados, ya que generalmente tienen

[Ver más](#)



Ahora puedes consultar gratis y rápidamente con las empresas de servicios legales de España. Consigue información sobre los servicios que ofrecen ya sea que busques bufetes de abogados, asesoría fiscal o laboral, entre muchos otros.

Consulta los precios de servicios de abogados, pregunta sobre su experiencia en el ámbito que necesites, compara toda la información y contrata la empresa que te resulte más fiable y eficiente.

Gráfico 13 Anuncios publicitarios

5.3.4.6.3. Cronograma

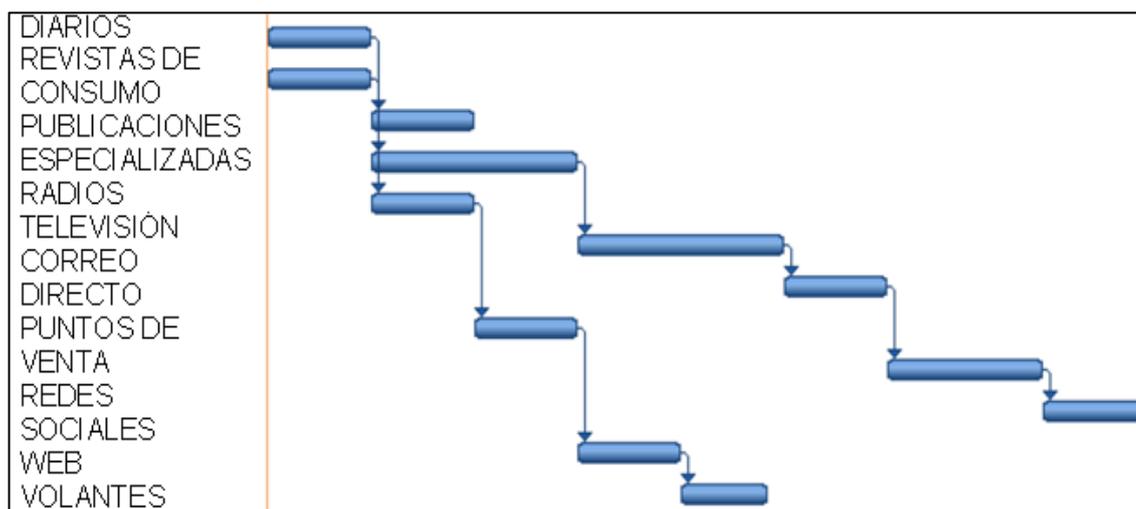


Gráfico 14 Anuncios publicitarios

5.4. Presupuesto de Marketing

PRESUPUESTO DE MARKETING		CANAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD							
PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS	Directo		1.920,00	1.958,40	1.997,57	2.037,52	2.078,27
Publicaicones Cámara de Comercio de Guayaquil			1.200,00	1.224,00	1.248,48	1.273,45	1.298,92
Publicaicones revista novedades jurídicas			720,00	734,40	749,09	764,07	779,35
CORREO DIRECTO	Directo		3.100,00	3.162,00	3.225,24	3.289,74	3.355,54
Ecuapublicidad			1.000,00	1.020,00	1.040,40	1.061,21	1.082,43
AlfaDigital			2.100,00	2.142,00	2.184,84	2.228,54	2.273,11
PUNTOS DE VENTA	Directo		1.380,00	1.407,60	1.435,75	1.464,47	1.493,76
Colegio de Abogados	Directo		1.380,00	1.407,60	1.435,75	1.464,47	1.493,76
REDES SOCIALES	Directo		2.120,00	2.162,40	2.205,65	2.249,76	2.294,76
Twitter			500,00	510,00	520,20	530,60	541,22
FACEBOOK			900,00	918,00	936,36	955,09	974,19
GOOGLE ADS			720,00	734,40	749,09	764,07	779,35
WEB			300,00	306,00	312,12	318,36	324,73
WEB 1			300,00	306,00	312,12	318,36	324,73
Volantes	Directo		750,00	765,00	780,30	795,91	811,82
TOTAL PUBLICIDAD			9.570,00	9.761,40	9.956,63	10.155,76	10.358,88

Gráfico 15 Presupuesto

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

CAPÍTULO 6

6. PLAN OPERATIVO

6.1. Producción

6.1.1. Proceso Productivo

El proceso productivo se debe basar en cuatro fases indispensables o claves para lograr el éxito con respecto a la calidad y el servicio, estas fases deben contener los siguientes procesos: Organización, Capacitación, Ejecución y Rastreo, para lograr dotar el servicio con eficiencia, eficacia y calidad lo que podrá permitir al cliente buscar nuevamente este servicio que empresa iLegem.

A continuación, se va a detallar lo que se debe realizar durante cada una de las fases dentro del proceso productivo que va a contener la creación y entrada en mercado de los servicios legales por medio de una aplicación móvil.

En el proceso de Organización, se va a realizar todo el proceso que conlleve administrar de la mejor manera este proyecto, dentro de este proceso, la organización va a definir diversas actividades de suma importancia, como definir el alcance del proyecto, el contenido que va a existir dentro de la aplicación móvil, la estimación de los recursos requeridos, proyectar los costos.

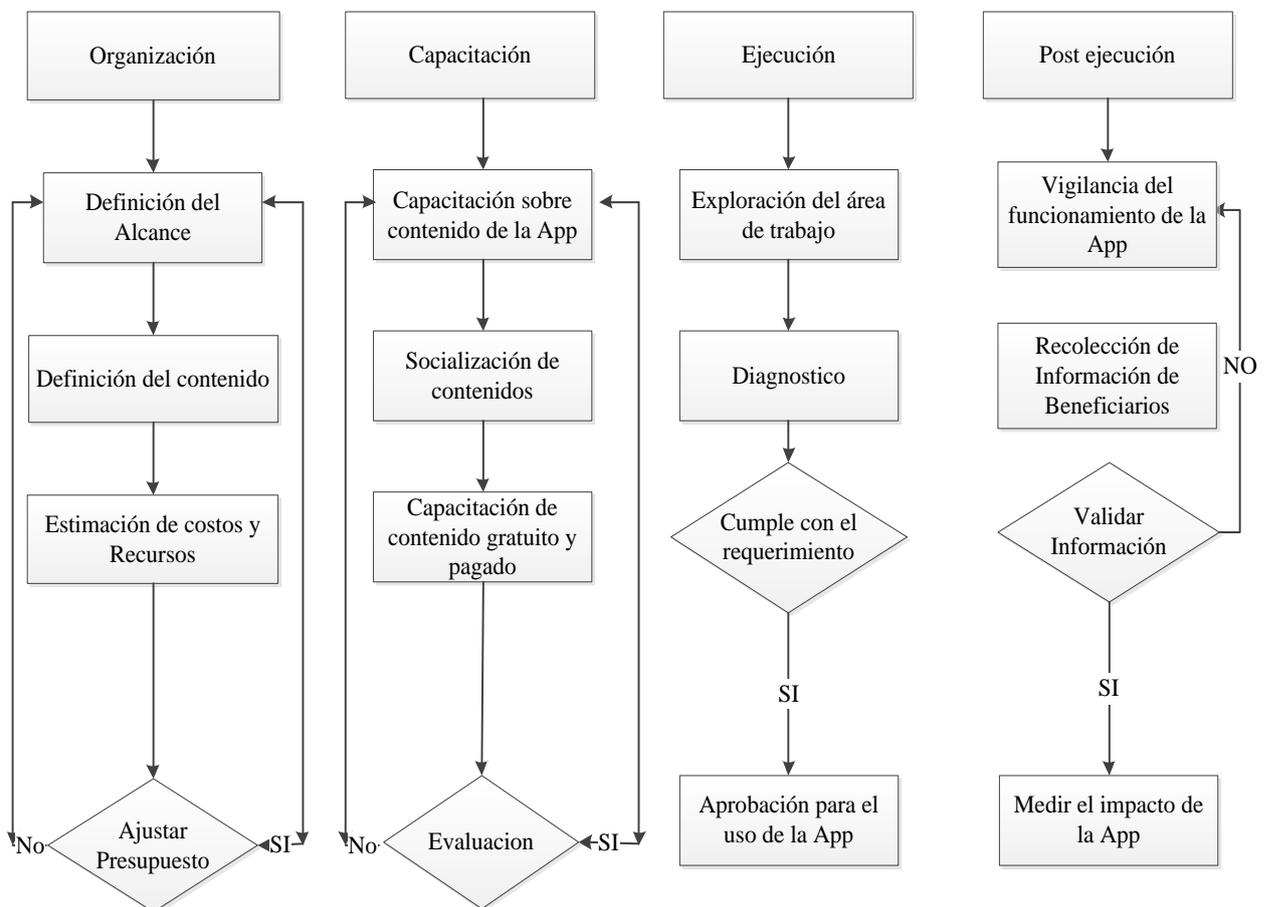
En el proceso de Capacitación se va a realizar la respectiva inclusión al conocimiento aquellos colaboradores y trabajadores en general de la empresa, en cuanto al funcionamiento de la aplicación móvil ya sea de su contenido gratuito y de sus servicios pagados, de igual forma se debe mantener al margen del conocimiento legal y jurídico.

En el proceso de Ejecución se va a realizar la exploración de la aplicación móvil, donde se podrá determinar mediante el diagnóstico del mismo, si la aplicación cumple con los requerimientos y con la calidad de la información

contenida en el mismo, con un seguimiento que se deba comprobar que todo el proceso va a desarrollar de una manera adecuada.

En el proceso de Post-ejecución debe influir en el seguimiento al funcionamiento de la aplicación móvil, donde se debe establecer las mejoras para encontrar, buscar y realizar los cambios necesarios que se tiene que corregir, todo esto en función de cumplir con los objetivos fundamentales de la empresa iLegem, para cumplir con esta fase, va a ser necesario supervisar o monitorear, para medir el impacto de la aplicación en los distintos usuarios y clientes.

6.1.2. Flujogramas de procesos



Elaborado por: Autor

6.1.3. Infraestructura

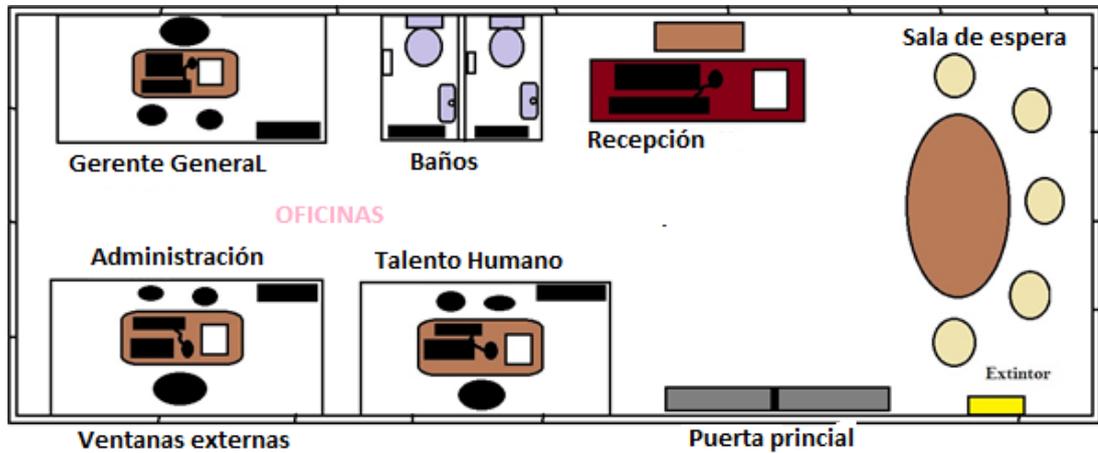
La empresa iLegem no requiere adquirir un terreno, edificio o planta para su desenvolvimiento, basta contar con una oficina donde exista comodidad, contar con un software indicado para la creación de la aplicación de asesoría legal, que es donde se podrá dar lugar a la entrega del servicio solicitado. A su vez es necesario invertir en otros medios necesarios para la operación de la empresa entre esos los equipos de oficina como los siguientes:

ACTIVOS	CANTIDAD
Escritorios	4
Servidor (HP DL380 Gen9 E5-2650V3 Perf WW Svr)	1
Sillas clientes	6
Archivadores	4
Licenciamiento (iOS & Android)	1
Teléfono	1
Equipo contrafuego (DELL SonicWall TZ300 Wlss – AC INTL 2YR)	1
Computadora (Lenovo All In One 20 Plug + 500 gb +4gb Ramm + Dvdwr + Bt + W8)	3
Impresora ALL in One EPSON	1

Elaborado por: Autor

La empresa se constituye dentro de un espacio de alquiler y al ser de servicios no requiere de grandes distribuciones para oficinas, pues la idea principal de este servicio es brindarlo por medio del App Móvil. Sin embargo,

se permiten hacer modificaciones internas de oficinas para atender las inquietudes y necesidades de las personas, a continuación, se presenta el layout de 55 m2 totales:



Elaborado por: Autor

6.1.4. Mano de Obra

La aplicación móvil va a ser diseñada por un programador profesional especializado en la creación de diferentes aplicaciones móviles, para todas las plataformas ANDROID e IOS, ya que esta aplicación debe estar disponible para todas las personas que usen un dispositivo Smartphone, según datos de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) el 64% de la población del Ecuador hace uso de estos dispositivos móviles.

Se requerirá personal con conocimientos jurídicos especializados en distintas ramas del derecho que se encuentren aptos para tratar no solamente con temas legales, sino que implemente el tema de ventas y atención al cliente, esto permitirá la reducción de costos que conllevaría con la contratación de otros personales especializados.

6.1.5. Capacidad Instalada

Para efectos del desarrollo de la presente idea de negocios, existe una capacidad instalada no tan compleja, a consecuencia de que la información se encuentra subida dentro de la aplicación móvil y el requerimiento complejo conllevará en subir y modificar la información personal, puesto que tomaría un máximo de 100 KB de consumo en datos personales y el siguiente punto es en base al peso y contenido de la aplicación móvil, con todos los formatos, marco legal, registro oficial, conllevaría entre 90 – 100 MB , que podría pesar con relación a otras aplicaciones móviles. Como consiguiente la capacidad instalada se resolvería de la siguiente forma.

Proceso	TIEMPO
Presentación del servicio iLegem	15 minutos
Celebración del contrato	10 minutos
Programar la información receptada	20 minutos
Publicación de la información	15 minutos
Extras en logística interna	10 minutos
TOTAL	1 hora con 10 minutos

Elaborado por: Autor

6.1.6. Presupuesto

En este punto se pasará a detallar el precio total de la inversión en activos fijos sumado al precio de adquisición del software para crear la App móvil de asesoría y servicios legales.

Tabla 8 Presupuesto

CLASE	DETALLE DEL ACTIVO	AREA	CANTIDAD	COSTO	TOTAL	VIDA UTIL	% DEPREC	DEP. ANUAL
CONSTRUCCIONES EN PROCESO								
	DECORACIÓN	ADM	1	2.400	2.400	-	0%	-
	INSTALACIONES	ADM	1	1.500	1.500	-	0%	-
MUEBLES Y ENSERES								
	Enseres	PROD	1	340	340	8	13%	43
	Muebles	PROD	4	300	1.200	9	11%	133
	Sillas	PROD	6	55	330	8	13%	41
	Mesas	PROD	4	210	840	7	14%	120
EQUIPOS DE COMPUTO								
	Computadoras	ADM	3	500	1.500	5	20%	300
	Servidor	ADM	1	5.000	5.000	5	20%	1.000
	Equipos contrafuego	ADM	1	1.200	1.200	3	33%	400
TOTALES					14.310			

Elaborado por: Autor

LICENCIAS & SOFTWARE								
	Licencia	ADM	1	2.100	2.100	5	20%	420
	Software	ADM	1	1.500	1.500	5	20%	300
TOTAL				3.600	3.600			

Elaborado por: Autor

DETALLE DE AREAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ADMINISTRACION	59.090,40	64.380,11	65.905,90	67.468,69	69.069,40
PRODUCCIÓN	15.708,00	17.106,69	17.515,16	17.933,66	18.362,45
TOTAL COSTO EMPRESA POR ÁREAS	74.798,40	81.486,80	83.421,06	85.402,35	87.431,85

Elaborado por: Autor

6.2. Gestión De Calidad

6.2.1. Políticas De Calidad

- Se debe contratar un especialista en la creación de software, aplicaciones y otros programas digitales para asegurar el buen funcionamiento de la aplicación móvil.

- Planificar de manera adecuada el ingreso al mercado de la aplicación móvil para plataformas tanto ANDROID como IOS.
- Actualizar de manera periódica la información de importancia que deba ser expuesta en la aplicación móvil.
- Diseñar la aplicación móvil de manera sencilla, que facilite el uso de la misma para todo tipo de personas.

6.2.2. Procesos De Control De Calidad

Para asegurar los procesos de control de la calidad de la aplicación móvil, se va a pasar por dos procesos claves, el primero de ellos será la prevención, el mismo trata de brindar capacitación constante a las personas que van a dar la consultoría legal por medio de la aplicación móvil, a fines de prevenir algún desconocimiento en un tema de importancia se hará necesario dicha capacitación.

La segunda fase de este proceso de control de calidad estará a cargo de un supervisor, el mismo que será el responsable de identificar el número de consultas tenidas por día, el número de consultas resueltas durante ese mismo día, e impulsar con el desarrollo y actualización de plantillas todo esto con el objetivo de lograr responder a cada uno de los usuarios y así poder satisfacer al cliente ante sus dudas.

6.2.3. Presupuesto

Tabla 9 Presupuesto del control de calidad

DESCRIPCIÓN	ANUAL
Mantenimiento	\$ 3600,00
Capacitación	\$ 1000,00
TOTAL	\$ 4.600,00

Elaborado por: Autor

6.3. Gestión Ambiental

6.3.1. Políticas De Protección Ambiental

Al ser una empresa que básicamente va a funcionar a través de una aplicación móvil, no habrá un impacto ambiental negativo en la ejecución de este proyecto, sin embargo, no está demás mantener políticas ambientales para salvaguardar el mundo como tal, siendo así se exponen a continuación las políticas ambientales.

- Usar equipos tecnológicos con energía ahorrativa
- Limitar las acciones a esos electrónicos para así evitar el uso del papel.

6.3.2. Procesos De Control Ambiental

Para fines de mantener un control ambiental en la empresa, se va a dictar capacitaciones para que los colaboradores de la empresa capten conocimientos sobre estrategias y tácticas a aplicar para así evitar el daño al medio ambiente.

6.3.3. Presupuesto

Tabla 10 Presupuesto de capacitación de colaboradores

DESCRIPCIÓN	Anual
Suministros de oficinas ecológicos.	\$ 2400
TOTAL	\$ 2400

Elaborado por: Autor

6.4. Gestión de Responsabilidad Social

6.4.1. Políticas De Protección Social

- Dar cumplimiento a todas las leyes de protección social establecidas en el país.
- Salvaguardar la integridad del personal de la empresa.
- Organizar convivencias entre colaboradores donde se realicen actividades recreativas de carácter familiar.
- Vincular al público en general a todas aquellas actividades de presentaciones de capacitación por parte de la institución.
- Fomentar una buena alimentación laboral.

6.4.2. Presupuesto

Tabla 11 Presupuesto de capacitación sobre protección social

DESCRIPCIÓN	VALOR
HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS A PERSONAS NATURALES	\$ 2.400,00
TOTAL	\$ 2400,00

Elaborado por: Autor

6.5. Estructura Organizacional

6.5.1. Organigrama

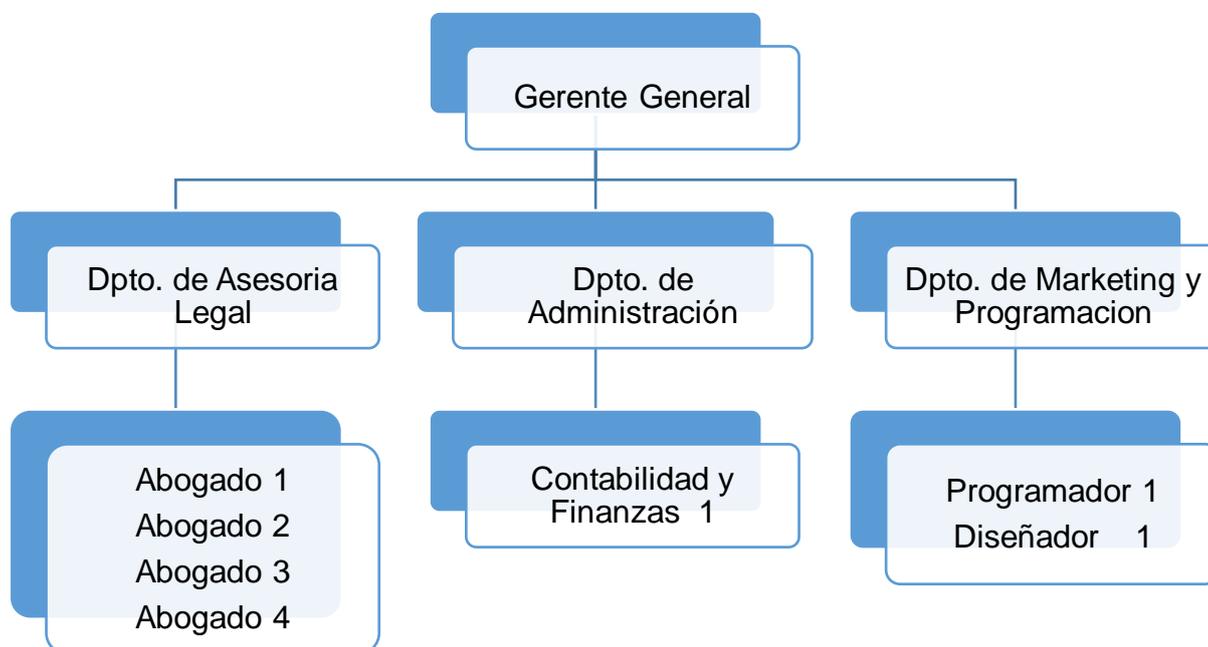


Gráfico 16 Organigrama de la empresa
Elaborado por: Autor

6.5.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

Gerente General

Será el encargado de que la empresa vaya por la senda del éxito, tiene como función supervisar las actividades que se realicen dentro de los distintos departamentos existentes en la empresa, sobre todo el departamento de asesoría integral, que es por donde pasan los ingresos que la empresa va a general por los servicios legales que va a ofrecer.

Asesoría Legal

Tienen como función principal brindar el servicio ofrecido hacia los usuarios quienes necesitan del mismo, su función es la más delicada ya que ellos serán quienes se encarguen de posicionar la imagen corporativa de la

empresa ante el mercado en el cual se está participando, el cual es el de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas.

Administración

Serán los encargados de la programación para citas con los diferentes usuarios quienes deseen de una asesoría más personalizada para fines de mantener la fidelidad del usuario, a su vez serán los encargados de darle seguimientos a las actividades diarias realizadas por los asesores integrales, al final del día laboral, deberá pasar un reporte al gerente general de la empresa.

Contabilidad y finanzas

Las actividades esperadas de un departamento de finanzas cubren una amplia gama de la contabilidad básica a proporcionar la información a encargados de tomar decisiones estratégicas. El departamento de finanzas también es responsable de la gestión del flujo de caja de la organización y de garantizar que haya suficientes fondos disponibles para cumplir con los pagos diarios.

Marketing y Programación

El Departamento de Marketing desempeña un papel vital en la promoción del negocio y la misión de una organización. Sirve como el rostro de su empresa, coordinando y produciendo todos los materiales que representan al negocio. Es el trabajo del Departamento de Marketing llegar a clientes potenciales, clientes, inversores y / o la comunidad, y crear una imagen global que represente a su empresa en una luz positiva, es decir, su marca.

Programador y Diseñador

Una responsabilidad general de un programador es consultar con partes externas en relación con la construcción de métodos de programación de computadora y los programas ellos mismos. Por último, los programadores de computadoras deben seguir el progreso de los programas para asegurarse de que están funcionando correctamente y corregir los errores de programa que puedan ocurrir a lo largo del camino.

6.5.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos.

Gerente General

GERENTE GENERAL

Supervisa a:

- Todos los departamentos completo

Edad Mínimo 40 años

Sexo indiferente

Representante legal de la empresa

Planifica los objetivos a corto y largo plazo de cada área

Vela por el cumplimiento de las funciones de las jefaturas y áreas a su cargo, acorde a las políticas de la compañía

Implementa estrategias de negocios, financieras y comercial para el crecimiento de la compañía

Realiza proyecciones de ventas

Realiza reuniones periódicas con las jefaturas con el fin de la toma de decisiones correctivas y preventivas

PERFIL DEL CARGO

Disponibilidad

tiempo completo

Edad

de 35 años en adelante

Sexo

indiferente

REQUISITOS

BÁSICOS

Educación superior en: Leyes.

Experiencia laboral en cargo similar mínimo 5 años.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

Modificar o añadir nuevos conocimientos a los ya existentes en la empresa

Actuar de forma sistemática, organizada y objetiva a partir de la formulación de un objetivo de trabajo

Aprender e indagar la realidad de las cosas

Aportar información recolectada y analizada

La función debe abarcar capacidad de asesoría, pericia técnica y administración.

Área de Administración

ÁREA DE ADMINISTRACIÓN

Supervisados por:

Gerente General

PERFIL DEL CARGO

Disponibilidad	tiempo completo
Edad	40 en adelante
Sexo	Masculino

REQUISITOS

BÁSICOS

Título de 3er Nivel, carreras de administración o afines.

Experiencia Laboral de 2 años al menos

Conocimiento de herramientas de office: Word, Excel y PowerPoint e Internet

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

Desarrollar y mantener relaciones productivas y respetuosas con los demás proporcionando un marco de responsabilidad compartida.

Coordinar el propio trabajo con el de otras personas para el logro de objetivos en común, a través de la colaboración y el intercambio de ideas y recursos.

Reconocer y aprovechar el talento de los demás, para integrarlos y lograr mayor efectividad en el equipo.

Trabajar en cooperación con otros, más que competitivamente.

Reconocer la interdependencia entre su trabajo y el de otras personas.

Área de Contabilidad y Finanzas

ÁREA DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

Supervisados por:

Gerente General

PERFIL DEL CARGO

Disponibilidad	tiempo completo
Edad	30 en adelante
Sexo	Indiferente

REQUISITOS

BÁSICOS

Título de 3er Nivel, carreras de Contaduría Pública Autorizada o afines.

Experiencia Laboral de 2 años al menos

Conocimiento de herramientas de office: Word, Excel y PowerPoint e Internet

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

Proporcionar la información a encargados de tomar decisiones estratégicas

Coordinar el propio trabajo con el de otras personas para el logro de objetivos en común, a través de la colaboración y el intercambio de ideas y recursos.

Reconocer y aprovechar el talento de los demás, para integrarlos y lograr mayor efectividad en el equipo.

Trabajar en cooperación con otros, más que competitivamente.

Reconocer la interdependencia entre su trabajo y el de otras personas.

Área de Marketing y Programación

ÁREA DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

Supervisados por:

Gerente General

PERFIL DEL CARGO

Disponibilidad

tiempo completo

Edad

30 en adelante

Sexo

Indiferente

REQUISITOS

BÁSICOS

Título de 3er Nivel, carreras de Marketing o afines.

Experiencia Laboral de 2 años al menos

Conocimiento de herramientas de office: Word, Excel y PowerPoint e Internet

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

Definir y administrar la imagen de la marca

Posicionar a la empresa como un establecimiento serio que en verdad ayuda a los usuarios y a los abogados con la información contenida en la Aplicación Móvil.

Reconocer el mercado meta al cual debe dirigirse todos los esfuerzos de marketing, este mercado meta debe ser real

Trabajar en investigaciones de mercado

Identificar Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO-TRIBUTARIO

CAPÍTULO 7

7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

7.1. Inversión Inicial

Para el desarrollo de la empresa iLegem, requiere una inversión inicial de \$53.286,28 cuyo monto representa la inversión inicial sobre los activos fijos, activos intangibles, capital de trabajo y activos preoperacionales, tal como se mostrará en la siguiente tabla de datos financieros:

INVERSION INICIAL	ADM	VTAS	PROD	TOTAL
INVERSION FIJA	11.600,00	-	2.710,00	14.310,00
ACTIVOS INTANGIBLES	5.200,00	-	-	5.200,00
PREOPERACIONALES	774,00	-	3.600,00	4.374,00
CAPITAL DE TRABAJO	29.402,28	-	-	29.402,28
TOTAL INVERSION INICIAL	46.976,28	-	6.310,00	53.286,28

Elaborado por: Autor

7.1.1. Tipo De Inversión

7.1.1.1. Fija

Acorde a la inversión fija que representa la empresa iLegem, requiere de un monto \$14.310,00 cuyo rubro representa a las construcciones en proceso, equipos de cómputo, muebles y enseres, puesto que al ser una aplicación móvil requiere una inversión que se permita satisfacer las necesidades digitales, por lo que a largo plazo llega a ser estratégicamente económico para la empresa.

INVERSION FIJA	
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPOS	
NO DEPRECIABLES	
CONSTRUCCIONES EN PROCESO	3.900,00
TOTAL NO DEPRECIABLE	3.900,00
DEPRECIABLES	
MUEBLES Y ENSERES	2.710,00
EQUIPOS DE COMPUTO	7.700,00
TOTAL DEPRECIABLE	10.410,00
TOTAL INVERSION FIJA	14.310,00

Elaborado por: Autor

7.1.1.2. Diferida

Al ser una aplicación móvil, la mayor inversión para su desarrollo contempla rubros de carácter intangible, desde la licencia y software del hasta los permisos requeridos por las autoridades competentes, de esta forma los activos intangibles que representaría la empresa iLegem son: las licencias & software, registro de productos y el registro de marcas IEPI cuyos montos se establecen en la siguiente tabla:

ACTIVOS INTANGIBLES	
LICENCIAS & SOFTWARE	3.600,00
REGISTROS DE PRODUCTOS	300,00
REGISTRO DE MARCA - IEPI	1.600,00
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	5.500,00

Elaborado por: Autor

7.1.2. Financiamiento De La Inversión

7.1.2.1. Fuentes De Financiamiento

Como fuente de financiamiento de la empresa iLegem posee un plan de financiamiento con el 45% que corresponde a dos participantes; el 30% al capital propio y el 15% a un tercero participante y se solicitará un préstamo a la Corporación Financiera Nacional por el 55 % del monto total de la estructura del capital con una tasa de interés nominal del 11,83% (agosto 2017, Productivo PYMES), mostrando los siguientes valores en la estructura del capital, como fuentes principales del financiamiento.

ESTRUCTURA DE CAPITAL DETALLE DE INVERSIONISTAS		
DETALLE	% PESO	MONTO
PRÉSTAMO BANCARIO	55%	29.307,45
ACCIONISTA 1 - Propio	30%	15.985,88
ACCIONISTA 2 - Tercero	15%	7.992,94
TOTAL ESTRUCTURA DE CAPITAL	100%	53.286,28

Elaborado por: Autor

7.1.2.2. Tabla De Amortización

El préstamo total de la inversión se prevé pagar en un lapso de 5 años es decir un periodo de 60 meses hasta el año 2022 bajo el método francés, es decir un pago mensual, por el valor de \$651,93 con la tasa de interés efectiva mensual del 12,49% cuyo resultado se indicará a continuación:

TABLA DE AMORTIZACION					
CAPITAL	29.307,45				
TASA DE INTERÉS CFN	0,99%				
NÚMERO DE PAGOS	60				
CUOTA MENSUAL	649,41				
Pago	Capital	Amortización	Interés	Pago	
0	29.307,45	-	-	-	
1	28.946,96	360,49	288,92	649,41	
2	28.582,92	364,04	285,37	649,41	
3	28.215,29	367,63	281,78	649,41	
4	27.844,03	371,26	278,16	649,41	
5	27.469,11	374,92	274,50	649,41	
6	27.090,50	378,61	270,80	649,41	
7	26.708,15	382,35	267,07	649,41	
8	26.322,04	386,12	263,30	649,41	
9	25.932,11	389,92	259,49	649,41	
10	25.538,35	393,77	255,65	649,41	
11	25.140,70	397,65	251,77	649,41	
12	24.739,13	401,57	247,85	649,41	
13	24.333,61	405,53	243,89	649,41	
14	23.924,08	409,52	239,89	649,41	
15	23.510,52	413,56	235,85	649,41	
16	23.092,88	417,64	231,77	649,41	
17	22.671,13	421,76	227,66	649,41	
18	22.245,21	425,91	223,50	649,41	
19	21.815,10	430,11	219,30	649,41	
20	21.380,75	434,35	215,06	649,41	
21	20.942,11	438,63	210,78	649,41	
22	20.499,15	442,96	206,45	649,41	
23	20.051,83	447,33	202,09	649,41	
24	19.600,09	451,74	197,68	649,41	
25	19.143,90	456,19	193,22	649,41	
26	18.683,22	460,69	188,73	649,41	
27	18.217,99	465,23	184,19	649,41	
28	17.748,17	469,81	179,60	649,41	
29	17.273,73	474,45	174,97	649,41	
30	16.794,61	479,12	170,29	649,41	
31	16.310,76	483,85	165,57	649,41	
32	15.822,14	488,62	160,80	649,41	
33	15.328,71	493,43	155,98	649,41	
34	14.830,41	498,30	151,12	649,41	
35	14.327,20	503,21	146,20	649,41	
36	13.819,03	508,17	141,24	649,41	
37	13.305,85	513,18	136,23	649,41	
38	12.787,61	518,24	131,17	649,41	
39	12.264,26	523,35	126,06	649,41	
40	11.735,75	528,51	120,91	649,41	
41	11.202,04	533,72	115,69	649,41	
42	10.663,06	538,98	110,43	649,41	
43	10.118,76	544,29	105,12	649,41	
44	9.569,10	549,66	99,75	649,41	
45	9.014,03	555,08	94,34	649,41	
46	8.453,48	560,55	88,86	649,41	
47	7.887,40	566,08	83,34	649,41	
48	7.315,74	571,66	77,76	649,41	
49	6.738,45	577,29	72,12	649,41	
50	6.155,47	582,98	66,43	649,41	
51	5.566,74	588,73	60,68	649,41	
52	4.972,20	594,53	54,88	649,41	
53	4.371,81	600,40	49,02	649,41	
54	3.765,49	606,31	43,10	649,41	
55	3.153,20	612,29	37,12	649,41	
56	2.534,87	618,33	31,09	649,41	
57	1.910,45	624,42	24,99	649,41	
58	1.279,87	630,58	18,83	649,41	
59	643,07	636,80	12,62	649,41	
60	0,00	643,07	6,34	649,41	
		29.307,45	9.657,34	38.964,79	

Elaborado por: Autor

7.1.3. Cronograma De Inversiones

Acuerdo con el cronograma de inversiones de la empresa iLegem, realizará en el primer mes lo relacionado a la inversión preoperacional, posteriormente en el mes dos se invertirá en el capital de trabajo, después en el mes tres se deberá invertir en los activos intangibles, y finalmente en el cuarto mes se finaliza la inversión con relación a una inversión fija. Los rubros se mencionarán a continuación:

INVERSION INICIAL CALENDARIO DE INVERSIONES					
CALENDARIO DE INVERSIONES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	TOTAL
INVERSION FIJA				\$ 14.310,00	
ACTIVOS INTANGIBLES PREOPERACIONALES	\$ 4.374,00		\$ 5.200,00		
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 29.402,28			
TOTAL INVERSION INICIAL	\$ 4.374,00	\$ 29.402,28	\$ 5.200,00	\$ 14.310,00	\$ 53.286,28

Elaborado por: Autor

7.2. Análisis De Costos

7.2.1. Costos Fijos

La empresa iLegem posee dos fuertes inversiones en los rubros que representan los sueldos y publicidad como consiguiente se toman en cuenta con mayor responsabilidad, debido a que el resto de costos fijos no superan más de la mitad del valor total de la inversión.

Los sueldos, salarios y beneficios sociales son unos de los rubros con mayor inversión, puesto que al ser una empresa que requiere un personal calificado en temas jurídicos, programación y diseño, requiere para el funcionamiento del giro de negocios, personal con amplio conocimiento de su rama y especialmente con los abogados al poseer experiencia y know-how.

El segundo rubro con una elevada inversión es la publicidad, por ser una aplicación móvil se debe destinar una considerable inversión a esta finalidad, puesto que se requiere mantener en la mente del consumidor la mayor

cantidad de tiempo, especialmente en las fechas y horarios de mayor demanda o uso de las redes sociales.

Por consiguiente, se detallará los siguientes costos fijos que se desarrollarán en los siguientes cinco años:

NOMBRE	TIPO	T AÑO 1	T AÑO 2	T AÑO 3	T AÑO 4	T AÑO 5
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	FIJO	15.708,00	17.106,69	17.515,16	17.933,66	18.362,45
DEPRECIACIÓN PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	FIJO	337,08	337,08	337,08	337,08	337,08
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	FIJO	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
SUMINISTROS MATERIALES Y REPUESTOS	FIJO	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
AMORTIZACIONES INTANGIBLES	FIJO	3.600,00	-	-	-	-
SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	FIJO	45.600,00	46.648,80	47.721,72	48.819,32	49.942,17
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (incluido fondo de reserva)	FIJO	5.540,40	9.555,23	9.775,00	9.999,82	10.229,82
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	FIJO	7.950,00	8.176,08	8.409,18	8.649,54	8.897,42
HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS A PERSONAS NATURALES	FIJO	2.400,00	2.472,00	2.595,60	2.777,29	3.027,25
ARRENDAMIENTO OPERATIVO	FIJO	7.200,00	7.416,00	7.786,80	8.331,88	9.081,74
AGUA, ENERGÍA, LUZ, Y TELECOMUNICACIONES	FIJO	4.800,00	4.944,00	5.191,20	5.554,58	6.054,50
DEPRECIACIONES: PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	FIJO	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.300,00	1.300,00
AMORTIZACIONES INTANGIBLES	FIJO	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00
AMORTIZACIONES OTROS ACTIVOS	FIJO	774,00	-	-	-	-
GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	FIJO	1.000,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	FIJO	11.870,00	12.061,40	12.256,63	12.455,76	12.658,88
AMORTIZACIONES INTANGIBLES	FIJO	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
INTERESES	FIJO	3.224,64	2.653,92	2.011,90	1.289,67	477,22
TOTAL		116.404,12	119.271,20	121.500,27	123.648,62	126.568,52

Elaborado por: Autor

7.2.2. Costos Variables

Basado en los costos variables que requiere la empresa iLegem, se caracterizan en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, impuestos, entre otras; de todas formas al requerir recursos para el desplazamiento en lo que concierne el traslado a los tribunales e incluso visitas a potenciales clientes o consultorios jurídicos, dispuestos por adquirir el servicio, se destina una elevada inversión acumulada por un lapso de cinco años, con la finalidad de dotar los recursos necesarios a los abogados e integrantes del equipo de ventas, por lo que se detalla los costos variables en el siguiente cuadro representativo:

NOMBRE	TIPO	T AÑO 1	T AÑO 2	T AÑO 3	T AÑO 4	T AÑO 5
IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS	VAR	285,00	298,00	311,00	324,00	337,00
GASTOS DE VIAJE	VAR	2.400,00	2.472,00	2.595,60	2.777,29	3.027,25
TOTAL		2.685,00	2.770,00	2.906,60	3.101,29	3.364,25

Elaborado por: Autor

7.3. Capital De Trabajo

7.3.1. Gastos De Operación

En la empresa iLegem se maneja los gastos operativos con la mano de obra y los costos indirectos de fabricación, donde se puede apreciar que el costo del producto representa a un valor que disminuye puesto que cumple una teoría de costos económico donde establece la correcta distribución de los recursos, donde se mantiene los recursos bajos y los beneficios altos, de esta forma, se podrá apreciar el costo de producción en comparación a los gastos operativos:

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de Obra	15.708,00	17.106,69	17.515,16	17.933,66	18.362,45
CIF	7.537,08	3.937,08	3.937,08	3.937,08	3.937,08
Total	23.245,08	21.043,78	21.452,25	21.870,75	22.299,53
Costo del producto	71,97	56,16	49,36	43,38	38,13

Elaborado por: Autor

7.3.2. Gastos Administrativos

La empresa iLegem posee los siguientes gastos administrativos, en lo que destacará los rubros principales en lo que respecta a los sueldos y salarios, arrendamiento, beneficios sociales, aportes a la seguridad social, los costos de luz, agua energía y telecomunicaciones. De esta forma, se podrá identificar la necesidad indispensable en la contratación del personal calificado para el desarrollo del presente plan de negocios, por lo que respecta al rubro de mayor importancia, con relación a otros, como se detallará a continuación:

NOMBRE	TIPO	T AÑO 1	T AÑO 2	T AÑO 3	T AÑO 4	T AÑO 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS	TOTAL	77.289,40	82.250,11	84.530,50	86.796,44	89.909,89
SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	FIJO	45.600,00	46.648,80	47.721,72	48.819,32	49.942,17
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (incluido fondo de reserva)	FIJO	5.540,40	9.555,23	9.775,00	9.999,82	10.229,82
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	FIJO	7.950,00	8.176,08	8.409,18	8.649,54	8.897,42
HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS A PERSONAS NATURALES	FIJO	2.400,00	2.472,00	2.595,60	2.777,29	3.027,25
ARRENDAMIENTO OPERATIVO	FIJO	7.200,00	7.416,00	7.786,80	8.331,88	9.081,74
AGUA, ENERGÍA, LUZ, Y TELECOMUNICACIONES	FIJO	4.800,00	4.944,00	5.191,20	5.554,58	6.054,50
IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS	VAR	285,00	298,00	311,00	324,00	337,00
DEPRECIACIONES: PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	FIJO	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.300,00	1.300,00
AMORTIZACIONES INTANGIBLES	FIJO	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00
AMORTIZACIONES OTROS ACTIVOS	FIJO	774,00				

Elaborado por: Autor

7.3.3. Gastos De Ventas

Los gastos de venta que representa la empresa iLegem, sobre los rubros se encuentra los gastos de viaje, los gastos de planes telefónicos como beneficios a los empleados, las amortizaciones intangibles, la promoción y publicidad. Desde luego se ubica la publicidad y promoción como el rubro de mayor gasto, debido a la necesidad por mantener la aplicación móvil al alcance de los usuarios y clientes, puesto que al ser digital requiere mayor posicionamiento en el top of mind por la elevada competencia en la industria de las aplicaciones móviles, a continuación, se presentará una tabla de los indicadores financieros respecto al gasto de venta:

NOMBRE	TIPO	T AÑO 1	T AÑO 2	T AÑO 3	T AÑO 4	T AÑO 5
GASTOS DE VENTA	TOTAL	15.330,00	16.093,40	16.412,23	16.793,05	17.246,12
GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	FIJO	1.000,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	FIJO	11.870,00	12.061,40	12.256,63	12.455,76	12.658,88
GASTOS DE VIAJE	VAR	2.400,00	2.472,00	2.595,60	2.777,29	3.027,25
AMORTIZACIONES INTANGIBLES	FIJO	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00

Elaborado por: Autor

7.3.4. Gastos Financieros

Según los gastos financieros en los próximos 5 años con una amortización, representa los siguientes rubros:

NOMBRE	TIPO	T AÑO 1	T AÑO 2	T AÑO 3	T AÑO 4	T AÑO 5
GASTOS FINANCIEROS		3.224,64	2.653,92	2.011,90	1.289,67	477,22

7.4. Análisis de Variables Críticas

7.4.1. Determinación del Precio.

Para la determinación del precio de venta se tomó en cuenta tres factores indispensables, el primer factor se puede encontrar en las encuestas validando el interés en pagar mensualmente entre 10\$ - 15\$ mensuales como valor promedio de la gestión documental; el segundo factor en tomado en cuenta es el precio de la competencia indirecta que ronda los 50\$ mensuales; y el tercer factor es la no prestación del servicio de gestión documental para los profesionales del derecho en un mercado global de 62.566 abogados registrados hasta septiembre del 2017, por lo que el objeto de estudio es simplemente los 13.124 profesionales del derecho en la ciudad de Guayaquil según el Foro de Abogados, y un mercado con potencial crecimiento donde 3000 abogados son presentados de forma semestralmente al Consejo de la Judicatura para la realización de las pasantías profesionales de carácter obligatorio (septiembre 2017, Consejo de la Judicatura, Foro de Abogados).

En cuanto al paquete completo, se aprecia un costo elevado por lo relativo a la prestación de patrocinio legal, que rondaría los 500\$ en lo que respecta casos relativamente considerados no tan complejos, como son lo que respecta en materia civil en conjunto con la Niñez y Adolescencia, y según el supera el 77% con los casos que representa el Ecuador, por lo que es un precio que puede ser muy competitivo y fácil de tomar en consideración cuando se habla en comparación de las otras personas o consultorios que prestes los servicios de patrocinio legal.

Además es importante mencionar que en las encuestas, respecto al interés de gastar en la asesoría legal representa la mayor ponderación el consto promedio entre 25\$ -50\$, por lo que si se multiplica mensualmente ese costo representaría 600\$, por lo que se consideró tomar 500\$ como costo mínimo estándar para aquellos usuarios interesados en contratar el servicio integrar legal; y a los clientes se optó por brindarles un servicio

integral de patrocinio aquellos casos considerados complejos como la asesoría e inclusive el patrocinio, con el valor de 25\$ mensuales, cuyo valor final resultaría 300\$, donde se optó por determinarlo en 250\$ anuales como un como el costo mínimo estándar.

MARK UP POR CANAL

BASADO EN COSTOS Y PRECIOS PROMEDIOS

PRODUCTOS	COSTO	% MARGEN	PRECIO CANAL	%MARGEN CANAL	P.V.P.
Asesoría Legal	71,97	64%	200,00	60%	500,00
Paquete Completo	71,97	76%	300,00	-650%	39,99
Paquete Especializado	71,97	86%	500,00	-3236%	14,99

Elaborado por: Autor

7.4.2. Proyección de Ingresos en función de la proyección de Ventas

Esta proyección es obtenida en base a la publicación realizada por la Revista Lideres en el que indica que un nuevo centro de asesoría legal tiende a atender aproximadamente a 4000 personas en su primer año de ingreso a participar en el mercado (Revista Lideres, 2014), como resultado, se toma una pequeña proporción del tamaño esperado para la venta del presente servicio.

PRONOSTICO DE VENTAS

EXPRESADO EN UNIDADES FISICAS

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONSOLIDADO PRODUCTOS					
Asesoría Legal	50	58	67	78	91
Paquete Completo	192	223	258	300	348
Paquete Especializado	88	102	118	137	159
TOTAL UNIDADES	330	383	444	515	598
CANAL DIRECTO					
Asesoría Legal	50	58	67	78	91
Paquete Completo	192	223	258	300	348
Paquete Especializado	88	102	118	137	159
TOTAL UNIDADES	330	383	444	515	598

Elaborado por: Autor

7.4.3. Análisis de Punto de Equilibrio

Según los cálculos presentados, se pronostica el siguiente punto de equilibrio, para los próximos cinco años sobre los tres productos seleccionados.

CÁLCULO DE PUNTO DE EQUILIBRIO

EN UNIDADES ANUALES

COMPONENTES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	FIJO	119.404,12	123.662,72	127.284,86	130.844,70	135.199,33
COSTOS VARIABLES	VAR	2.685,00	2.753,20	2.822,67	2.893,44	2.965,54
TOTALES		122.089,12	126.415,92	130.107,53	133.738,14	138.164,87

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Asesoría Legal	101	91	87	83	81
Paquete Completo	303	282	273	265	260
Paquete Especializado	74	72	72	72	72

Elaborado por: Autor

7.5. Entorno Fiscal De La Empresa

Se pronostica las siguientes obligaciones fiscales por parte de la empresa iLegem:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PARTICIPACION DE UTILIDADES	-	1.465,21	4.845,96	8.971,95	13.849,43
IMPUESTO A LA RENTA	-	1.826,63	6.041,29	11.185,03	17.265,62
TOTAL		3.291,84	10.887,25	20.156,97	31.115,05

Elaborado por: Autor

7.6. Estados Financieros proyectados

7.6.1. Balance General

Se presenta el siguiente balance general:

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO	29.402,28	(21.284,08)	(22.351,56)	(6.472,36)	26.231,68	79.048,26
CUENTAS POR COBRAR	-	45.640,00	54.473,60	64.965,57	77.420,44	92.197,76
INVENTARIOS	-	-	-	-	-	-
SEGUROS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS	-	-	-	-	-	-
OTROS ACTIVOS CORRIENTES	4.374,00	-	-	-	-	-
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	33.776,28	24.355,92	32.122,04	58.492,61	103.652,12	171.246,02
ACTIVOS NO CORRIENTES						
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	14.310,00	14.310,00	14.310,00	14.310,00	14.310,00	14.310,00
DEPRECIACION ACUMULADA PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	-	2.037,08	4.074,17	6.111,25	7.748,33	9.385,42
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO NETOS	14.310,00	12.272,92	10.235,83	8.198,75	6.561,67	4.924,58
ACTIVO INTANGIBLE						
PLUSVALIAS	-	-	-	-	-	-
MARCAS, PATENTES, DERECHOS DE LLAVE, CUOTAS PATRIMONIALES	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00	5.500,00
AMORTIZACION ACUMULADA ACTIVOS INTANGIBLES	-	1.100,00	2.200,00	3.300,00	4.400,00	5.500,00
ACTIVO INTANGIBLE NETO	5.500,00	4.400,00	3.300,00	2.200,00	1.100,00	-
TOTAL ACTIVOS	53.586,28	41.028,84	45.657,88	68.891,36	111.313,79	176.170,60
PASIVOS						
CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	-	-	-	-	-	-
PORCION CORRIENTE OBLIGACIONES BANCARIAS	4.568,32	5.139,04	5.781,06	6.503,29	7.315,74	-
OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES	-	-	3.291,84	10.867,25	20.156,97	31.115,05
CON LA ADMINISTRACION TRIBUTARIA	-	-	-	-	-	-
IMPUESTO A AL RENTA POR PAGAR	-	-	1.826,63	6.041,29	11.185,03	17.265,62
CON EL IESS	-	-	-	-	-	-
POR BENEFICIOS DE LEY A EMPLEADOS	-	-	1.465,21	4.845,96	8.971,95	13.849,43
PARTICIPACION TRABAJADORES POR PAGAR	-	-	-	-	-	-
TOTAL PASIVO CORRIENTE	4.568,32	5.139,04	9.072,90	17.390,54	27.472,71	31.115,05
OBLIGACIONES BANCARIAS A LARGO PLAZO	24.739,13	19.600,09	13.819,03	7.315,74	-	-
TOTAL PASIVOS	29.307,45	24.739,13	22.891,93	24.706,28	27.472,71	31.115,05
PATRIMONIO						
Capital Social	23.978,83	23.978,83	23.978,83	23.978,83	23.978,83	23.978,83
Utilidad del Ejercicio	-	(7.989,12)	6.476,24	21.419,13	39.656,00	61.214,47
Utilidades Retenidas	-	-	(7.989,12)	(1.512,88)	19.906,25	59.562,25
Total de Patrimonio	23.978,83	15.989,71	22.465,94	43.885,08	83.541,08	144.755,55
Pasivo más Patrimonio	53.286,28	40.728,84	45.357,88	68.591,36	111.013,79	175.870,60
CUADRE	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00

Elaborado por: Autor

7.6.2. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Se presenta el siguiente estado de resultado integral:

ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	114.100,00	136.184,00	162.413,92	193.551,10	230.494,39
COSTO DE VENTAS	23.245,08	21.043,78	21.452,25	21.870,75	22.299,53
UTILIDAD BRUTA	90.854,92	115.140,22	140.961,67	171.680,36	208.194,86
% Margen Bruto	80%	85%	87%	89%	90%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	80.289,40	85.110,43	86.946,45	88.424,46	90.345,48
GASTOS DE VENTAS	15.330,00	17.607,80	19.696,94	22.153,25	25.042,64
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	95.619,40	102.718,23	106.643,39	110.577,72	115.388,12
UTILIDAD OPERATIVA (EBIT)	(4.764,48)	12.422,00	34.318,28	61.102,64	92.806,74
% Margen Operativo	-4%	9%	21%	32%	40%
GASTOS FINANCIEROS	3.224,64	2.653,92	2.011,90	1.289,67	477,22
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (EBT)	(7.989,12)	9.768,08	32.306,39	59.812,97	92.329,52
% Margen antes impuestos	-7%	7%	20%	31%	40%
PARTICIPACION DE UTILIDADES	-	1.465,21	4.845,96	8.971,95	13.849,43
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	(7.989,12)	8.302,87	27.460,43	50.841,02	78.480,09
IMPUESTO A LA RENTA	-	1.826,63	6.041,29	11.185,03	17.265,62
UTILIDAD DISPONIBLE	(7.989,12)	6.476,24	21.419,13	39.656,00	61.214,47
% Margen Disponible	-7%	5%	13%	20%	27%

Elaborado por: Autor

7.6.2.1. Flujo De Caja Proyectado

Se muestra el siguiente flujo de caja proyectado a cinco años:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad antes Imptos Renta	(7.989,12)	9.768,08	32.306,39	59.812,97	92.329,52
(+) Gastos de Depreciación/Amortizacion	7.511,08	3.137,08	3.137,08	2.737,08	2.737,08
(-) Inversiones en Activos	-	-	-	-	-
(-) Amortizaciones de Deuda	4.568,32	5.139,04	5.781,06	6.503,29	7.315,74
(-) Aumento del capital del trabajo	-	-	-	-	-
(-) Pagos de Impuestos	-	-	3.291,84	10.887,25	20.156,97
Flujo Anual	(5.046,36)	7.766,12	26.370,57	45.159,51	67.593,89
Flujo Acumulado	(5.046,36)	2.719,76	29.090,33	74.249,84	141.843,74
Pay Back del flujo	(58.332,64)	(50.566,52)	(24.195,95)	20.963,56	88.557,46

Elaborado por: Autor

7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

7.6.2.1.1.1. TMAR

Según el resultado del presente proyecto, sobre la tasa mínima de retorno, se encuentra representado por un 14.90%.

TASA DEL ACCIONISTA - MODELO MVAC		
VARIABLES	ABREVIATURA	TASAS
TASA LIBRE DE RIESGO	Rf	1,744%
BETA	β	1,13
RENDIMIENTO DEL MERCADO	Rm	14,71%
RIESGO PAIS	Rp	6,43%
TASA DEL ACCIONISTA		22,83%

TASA NETA DEUDA	
VARIABLES	TASAS
TASA DE INTERES PRÉSTAMO	12,68%
% PARTICIPACION UTILIDADES	15%
% IMPUESTO A LA RENTA	22%
% FACTOR COMPUESTO	33,70%
TASA NETA DE DEUDA	8,41%

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL				
TIPO	VALOR	% PESO	% TASA	TOTAL
PRÉSTAMO BANCARIO	29.307,45	55%	8,28%	4,56%
ACCIONISTA 1 - Propio	15.985,88	30%	22,83%	6,85%
ACCIONISTA 2 - Tercero	7.992,94	15%	22,83%	3,42%
TMAR DEL PROYECTO	53.286,28	100%		14,83%

Elaborado por: Autor

7.6.2.1.1.2. VAN

El valor actual neto del presente proyecto representa a 25.462,41

7.6.2.1.1.3. TIR

La tasa interna de retorno de la presente propuesta representa el 25,99%.

7.6.2.1.1.4. Payback

Se prevé el tiempo de 43 meses para la recuperación de la inversión, en el presente proyecto.

PATBACK	43	MESES				
MESES	0	-53.286				
1	1	-723	-723	-53.286		(54.009)
2	2	-723	-1.446	-53.286		(54.732)
3	3	-723	-2.169	-53.286		(55.455)
4	4	-723	-2.892	-53.286		(56.178)
5	5	-723	-3.615	-53.286		(56.902)
6	6	-723	-4.338	-53.286		(57.625)
7	7	-723	-5.061	-53.286		(58.348)
8	8	-723	-5.784	-53.286		(59.071)
9	9	-723	-6.507	-53.286		(59.794)
10	10	-723	-7.230	-53.286		(60.517)
11	11	-723	-7.953	-53.286		(61.240)
12	12	-723	-8.677	-53.286		(61.963)
13	1	515	-8.161	-53.286		(61.448)
14	2	515	-7.646	-53.286		(60.932)
15	3	515	-7.131	-53.286		(60.417)
16	4	515	-6.616	-53.286		(59.902)
17	5	515	-6.100	-53.286		(59.387)
18	6	515	-5.585	-53.286		(58.871)
19	7	515	-5.070	-53.286		(58.356)
20	8	515	-4.554	-53.286		(57.841)
21	9	515	-4.039	-53.286		(57.326)
22	10	515	-3.524	-53.286		(56.810)
23	11	515	-3.009	-53.286		(56.295)
24	12	515	-2.493	-53.286		(55.780)
25	1	2.309	-195	-53.286		(53.471)
26	2	2.309	2.124	-53.286		(51.162)
27	3	2.309	4.433	-53.286		(48.853)
28	4	2.309	6.742	-53.286		(46.544)
29	5	2.309	9.051	-53.286		(44.235)
30	6	2.309	11.360	-53.286		(41.926)
31	7	2.309	13.669	-53.286		(39.617)
32	8	2.309	15.978	-53.286		(37.308)
33	9	2.309	18.287	-53.286		(34.999)
34	10	2.309	20.596	-53.286		(32.691)
35	11	2.309	22.905	-53.286		(30.382)
36	12	2.309	25.214	-53.286		(28.073)
37	1	4.044	29.257	-53.286		(24.029)
38	2	4.044	33.301	-53.286		(19.985)
39	3	4.044	37.345	-53.286		(15.942)
40	4	4.044	41.388	-53.286		(11.898)
41	5	4.044	45.432	-53.286		(7.854)
42	6	4.044	49.476	-53.286		(3.811)
43	7	4.044	53.519	-53.286		233,11
44	8	4.044	57.563	-53.286		427,29
45	9	4.044	61.607	-53.286		621,47
46	10	4.044	65.650	-53.286		815,66
47	11	4.044	69.694	-53.286		1009,85
48	12	4.044	73.738	-53.286		1204,03
49	1	6.117	79.855	-53.286		1451,61
50	2	6.117	85.972	-53.286		1699,19
51	3	6.117	92.090	-53.286		1946,77
52	4	6.117	98.208	-53.286		2194,35
53	5	6.117	104.325	-53.286		2441,93
54	6	6.117	110.443	-53.286		2689,51
55	7	6.117	116.560	-53.286		2937,09
56	8	6.117	122.678	-53.286		3184,67
57	9	6.117	128.795	-53.286		3432,25
58	10	6.117	134.913	-53.286		3679,83
59	11	6.117	141.030	-53.286		3927,41
60	12	6.117	147.148	-53.286		4174,99

Elaborado por: Autor

7.7. Análisis De Sensibilidad Multivariable O De Escenarios Múltiples

Se muestran diferentes escenarios a continuación, donde se prevé una variación sobre el análisis de la sensibilidad entre el 10% y el 5%:

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD				
Resumen de escenario	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
Produccion		5%	-5%	0%
Celdas de resultado:				
TIR	26%	56%	35%	26%
VAN	\$ 26.620,19	\$ 68.003,85	\$ 34.603,34	\$ 26.620,19
Nota: Según el análisis se considera, de un 5% a un 10% para la comparación de análisis de sensibilidad.				
Resumen de escenario	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
Precio local		10%	-10%	0%
Celdas de resultado:				
TIR	26%	70%	-14%	26%
VAN	\$ 26.620,19	\$ 109.262,13	\$ (22.679,79)	\$ 26.620,19
Resumen de escenario	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
Costo de MPD		-10%	10%	0%
Celdas de resultado:				
TIR	26%	67%	25%	26%
VAN	\$ 26.620,19	\$ 103.007,26	\$ 14.312,52	\$ 26.620,19
Resumen de escenario	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
MOD		-10%	10%	0%
Celdas de resultado:				
TIR	26%	64%	29%	26%
VAN	\$ 26.620,19	\$ 94.142,64	\$ 21.170,54	\$ 26.620,19
Resumen de escenario	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
Costo de MP indirecto		-10%	10%	0%
Celdas de resultado:				
TIR	26%	45%	43%	26%
VAN	\$ 26.620,19	\$ 49.142,64	\$ 47.780,11	\$ 26.620,19
Resumen de escenario	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
Gastos administrativo		-10%	10%	0%
Celdas de resultado:				
TIR	26%	51%	39%	26%
VAN	\$ 26.620,19	\$ 61.895,21	\$ 41.405,94	\$ 26.620,19
Resumen de escenario	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
Gastos De Venta		-10%	10%	0%
Celdas de resultado:				
TIR	26%	52%	41%	26%
VAN	\$ 26.620,19	\$ 60.730,65	\$ 44.912,94	\$ 26.620,19
Resumen de escenario	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
Activos Fijos		-10%	10%	0%
Celdas de resultado:				
TIR	26%	49%	41%	26%
VAN	\$ 26.620,19	\$ 54.635,67	\$ 48.485,50	\$ 26.620,19
Resumen de escenario	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVO	MODERADO
Tasa de Interés		-5%	5%	0%
Celdas de resultado:				
TIR	26%	47%	45%	26%
VAN	\$ 26.620,19	\$ 54.120,26	\$ 51.436,49	\$ 26.620,19

Elaborado por: Autor

7.8. Razones Financieras

7.8.1. Liquidez

Se presenta la ratio de liquidez con los siguientes indicadores:

RATIOS FINANCIEROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ratios de Liquidez						
Liquidez o Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente	en veces	4,0	3,2	3,1	3,6	5,3
Liquidez Seca o Prueba Ácida = (Activo Corriente - Inventarios) / Pasivo Corriente	en veces	4,0	3,2	3,1	3,6	5,3
Capital de Trabajo	en dinero	15.597	18.375	36.948	74.418	143.054
Riesgo de Il liquidez = 1 - (Activos Corrientes / Activos)	en porcentaje	45%	33%	16%	7%	3%

Elaborado por: Autor

7.8.2. Gestión

Se presenta la ratio de gestión con los siguientes indicadores:

RATIOS DE GESTION (Uso de Activos)						
Rotación de Activos = Ventas / Activos	en veces	2,9	3,2	2,4	1,7	1,3

Elaborado por: Autor

7.8.3. Endeudamiento

Se presenta la ratio de endeudamiento con los siguientes indicadores:

RATIOS DE ENDEUDAMIENTO						
Endeudamiento o Apalancamiento = Pasivo / Activo	en porcentaje	66%	55%	38%	26%	18%
Pasivo Corriente / Pasivo	en porcentaje	21%	38%	71%	100%	100%
Estructura del capital Pasivo / Patrimonio	en veces	2,0	1,3	0,6	0,4	0,2
Cobertura Gastos financieros = Utilidad Operativa / Gastos Financieros	en veces	-2,6	4,0	17,2	49,4	205,7
Cobertura 2 = (Flujo de Efectivo + Servicio de Deuda) / Servicio de Deuda		-0,1	1,8	4,5	7,2	10,4

Elaborado por: Autor

7.8.4. Rentabilidad

Se presenta la ratio de rentabilidad con los siguientes indicadores:

Ratios de Rentabilidad						
Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas Netas	en porcentaje	78%	84%	86%	89%	90%
Margen Operacional = Utilidad Operacional / Ventas Netas	en porcentaje	-8%	8%	22%	34%	44%
Margen Neto = Utilidad Disponible / Ventas Netas	en porcentaje	-11%	4%	14%	22%	29%
ROA = Utilidad Neta / Activos	en porcentaje	-31%	13%	34%	38%	36%
ROE = Utilidad Neta / Patrimonio	en porcentaje	-94%	31%	55%	51%	45%

Elaborado por: Autor

7.9. Conclusión De Estudio Financiero

Se puede concluir que la propuesta es técnicamente factible, dado que la TIR de 25,97%, supera considerablemente a la TMAR (14,90%) con un periodo de recuperación de capital en un periodo de 43 meses y un VAN de \$26.620,19, además de recuperar la inversión en el tercer año, se pronostica un margen superior al 80%, y la reducción constante del costo de producción del presente servicio.

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

CAPÍTULO 8

8. PLAN DE CONTINGENCIA

La mayoría de la planificación se basa en el sentido común, y no necesita convertirse en un ejercicio burocrático. Los desastres de todo tipo ocurren todos los días, y la gente parece creer que siempre es el "otro tipo" que es golpeado. Es sólo cuando ocurre un evento no planificado que afecta directamente a la empresa que se convierte en un "desastre".

Al revisar cuidadosamente la vulnerabilidad de la compañía a una serie de probables contingencias, es posible reducir los riesgos a un conjunto manejable. En mayor parte, la mayoría de los desastres pueden organizarse bajo una de las tres categorías siguientes: pérdida de información, pérdida de acceso o pérdida de personal.

Al conducir el proceso de planificación, el gerente debe reconocer que durante un desastre, el negocio no funcionará como de costumbre. De hecho, bien puede haber un período de desorganización u operación limitada durante la cual puede ser necesario hacer con los recursos limitados o limitados.

Como otra parte del proceso de planificación, cada jefe de departamento debe ser parte de un equipo de recuperación de desastres, junto con miembros clave del personal. Esto hace que sea mucho más fácil asignar tareas de recuperación de desastres a las personas adecuadas. Las organizaciones deben establecer una línea de mando clara con un procedimiento de alerta establecido que pueda ser fácilmente accesible por cualquier miembro de la compañía.

8.1. Principales riesgos

Riesgo Estratégico. - Los riesgos estratégicos resultan directamente de operar dentro de una industria específica en un momento específico. Por lo tanto, los cambios en las preferencias de los consumidores o en las tecnologías emergentes que hacen que la línea de productos sea obsoleta u otras drásticas fuerzas del mercado pueden poner a la empresa en peligro. Para contrarrestar los riesgos estratégicos, se necesitará establecer medidas para solicitar constantemente retroalimentación para que los cambios se detecten con anticipación.

Riesgo de cumplimiento. - Los riesgos asociados con el cumplimiento son aquellos sujetos a reglas y reglamentos legislativos o burocráticos, o aquellos asociados con las mejores prácticas con fines de inversión. Estos pueden incluir regulaciones de protección de empleados como las impuestas por la Administración de Seguridad y Salud Ocupacional (OSHA), o preocupaciones ambientales como las cubiertas por la Agencia de Protección Ambiental (EPA) o incluso agencias estatales y locales.

Riesgo financiero. - Los riesgos financieros directos tienen que ver con cómo el negocio maneja el dinero. Es decir, ¿a qué clientes le otorga crédito y por cuánto tiempo? ¿Cuál es la deuda? ¿La mayoría de los ingresos provienen de uno o dos clientes que podrían no ser capaces de pagar? Los riesgos financieros también tienen en cuenta las tasas de interés y si se hace negocios internacionales, los tipos de cambio.

Riesgos Operacionales. - Los riesgos operacionales son el resultado de fallas internas. Es decir, los procesos internos de la empresa, personas o sistemas fallan inesperadamente. Por lo tanto, a diferencia de un riesgo estratégico o un riesgo financiero, no hay retorno sobre los riesgos operacionales. Los riesgos operacionales también pueden ser el resultado de eventos externos imprevistos, como el fracaso de los sistemas, o el fracaso de un proveedor en la entrega de bienes.

Riesgo reputacional. - Pérdida de la reputación de una empresa o posición de la comunidad podría resultar de fallas de producto, demandas o publicidad negativa. Las reputaciones toman tiempo para construir, pero se pueden perder en un día. En esta era de redes sociales, una publicación negativa de Twitter por un cliente puede reducir las ganancias de la noche a la mañana.

Otros Riesgos. - Otros riesgos son más difíciles de categorizar. Incluyen los riesgos del medio ambiente, como los desastres naturales. Dificultades en el mantenimiento de un personal capacitado que tiene habilidades actualizadas para operar su negocio a veces se llama gestión de riesgos de los empleados. Los riesgos de salud y seguridad no cubiertos por OSHA o agencias estatales caen

dentro de esta categoría al igual que la inestabilidad política y económica en los países a los que importa o exporta.

8.2. Monitoreo y control del riesgo

El proceso para identificar el riesgo

La primera etapa de la gestión de riesgos es la identificación del riesgo y un enfoque coherente y sistemático debe aplicarse a través de su bufete de abogados. Mediante la identificación de los principales riesgos, pueden tomarse medidas para evitar que el suceso se produzca o para minimizar el impacto.

Un enfoque estratégico para la gestión de riesgos depende de la identificación de los riesgos frente a los objetivos clave de la organización. Cada individuo debe considerar y revisar periódicamente cada uno de estos objetivos e identificar cualquier riesgo significativo para el logro. Cuando se está llevando a cabo esto, también deben tenerse en cuenta las actividades que ocurren para asegurar que se han identificado todos los riesgos relevantes.

Para asegurar que la identificación de los riesgos sea lo más completa posible, se debe considerar también el área de responsabilidad de cada personal, así como los riesgos asociados. La Gestión de Riesgos es un proceso continuo y, por lo tanto, cualquier riesgo nuevo o emergente que pueda aparecer a lo largo del año debe ser evaluado e informado al personal administrativo.

Todos los colaboradores también deben ser conscientes de cualquier cambio en los riesgos existentes que puedan ocurrir. En estas circunstancias, el riesgo debe ser reevaluado y el registro de riesgos actualizado en consecuencia. Es fundamental que la propiedad de los riesgos identificados se asigne a un nivel apropiado de autoridad y responsabilidad para que el riesgo pueda ser gestionado adecuadamente.

8.3. Factores que considerar al identificar los riesgos.

Hay varios factores que puede ser de ayuda a considerar al identificar los riesgos:

- a) Cualquier evaluación de riesgo anteriores que puedan haber sido emprendidas en relación con los objetivos de la organización y los objetivos del negocio.
- b) Cualquier área que haya sido objeto de cambios recientes significativos.
- c) Cualquier práctica nueva o innovadora / áreas de negocio
- d) Información de historia de riesgos, esto indicará qué incidentes han ocurrido en el pasado, cuántas veces han ocurrido y cuáles fueron las consecuencias.
- e) Objetivos organizativos y objetivos empresariales.
- f) Consideración de todas las actividades clave del negocio.
- g) Lista de preguntas clave
- h) Las categorías financieras de riesgo
- i) Publicaciones sobre riesgos
- j) Documentos de riesgo comunes

Finalización del formulario de evaluación de riesgos

Para cada nuevo riesgo significativo o cambio al riesgo existente identificado, un Formulario de Evaluación de Riesgo debe ser completado. Una vez completado, el formulario de evaluación de riesgo se pasa al gerente o al personal competente para la inclusión o actualización en el registro de riesgo.

Una vez que se han identificado los principales riesgos dentro de la organización, éstos deben ser evaluados para permitir que se tomen decisiones sobre las áreas de riesgo en las que se requiere tomar acción y la prioridad relativa. Los criterios que pueden utilizarse para la evaluación del riesgo incluyen:

- Asuntos financieros / económicos
- Problemas de entrega de servicios / calidad de servicio
- Reversibilidad o no de la realización del riesgo
- La calidad o fiabilidad de la evidencia que rodea el riesgo
- El impacto del riesgo en la organización / clientes / socios / otros

Cuando se evalúan los riesgos que se han identificado, debe considerarse el impacto del evento si ocurrió y la probabilidad de que ocurra el evento. El impacto de algunos riesgos, como los riesgos financieros, puede ser cuantificable, mientras que otros, como los riesgos de reputación, pueden ser más subjetivos y difíciles de

cuantificar. Para superar este problema y para asegurar que se aplique un enfoque consistente para evaluar los riesgos, se utilizará una matriz de impacto.

La matriz de impacto.

La matriz de impacto utiliza los criterios de nivel organizacional, costo e interrupción del servicio para guiar la evaluación de la importancia del riesgo en cuestión.

Tabla 12 Matriz de impacto

	Alto impacto	Impacto medio	Bajo impacto
Nivel de organización:	Estratégico/Corporativo/Programa	Negocio/Proyecto	Operacional
Costo: (Impacto Único)	Mayor cantidad de dólares	Dólares	Menor cantidad de dólares
Interrupción del servicio:	Significativo/Prolongado	Moderado/Medio	Limitada/Corto plazo

Esta matriz se utiliza para determinar el nivel de impacto que tendría el riesgo si ocurriera. Si ha habido alguna desviación de los criterios utilizados en esta matriz, la desviación debe estar justificada. Una vez que el impacto se ha determinado que es alto, medio o bajo, la matriz de puntuación de riesgo se puede utilizar para determinar una puntuación de riesgo general. La probabilidad de que ocurra el riesgo es ser mediano a menos que se dé una razón para el uso de baja o alta.

Matriz de puntuación de riesgo

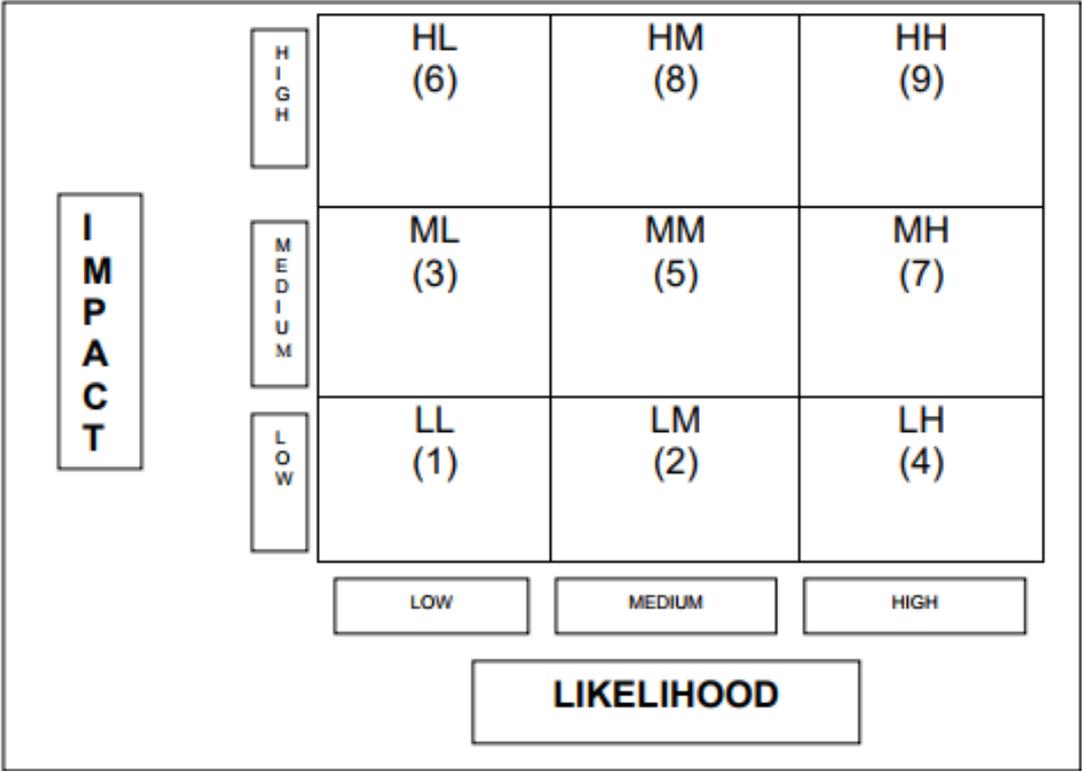


Gráfico 17 Matriz de puntuación de riesgo

El nivel de impacto, tal como se ha determinado anteriormente, combinado con la probabilidad de que ocurra el evento, se combinan para obtener una puntuación de riesgo global. Para cada riesgo, una puntuación de riesgo debe determinarse inicialmente antes de que se apliquen los controles. Esta es la puntuación de riesgo inherente o bruto.

El puntaje de riesgo neto puede entonces determinarse evaluando la probabilidad y el impacto después de que se hayan aplicado los controles que están actualmente en el lugar para hacer frente al riesgo. Los puntajes de riesgo bruto y neto se pueden utilizar para priorizar todos los riesgos en toda la organización.

8.4. Acciones Correctivas

La identificación y evaluación del riesgo junto con la evaluación del correspondiente nivel de apetito de riesgo dará lugar a un perfil de riesgo que se

está desarrollando. Una vez que estos pasos se han llevado a cabo, se puede considerar la respuesta adecuada para los riesgos.

Tipos de Respuestas al Riesgo.

Existen varias respuestas válidas al riesgo y hay que recordar que la gestión eficaz del riesgo no equivale a evitar el riesgo. Hay cuatro respuestas principales al riesgo:

Respuesta	Detalles
Transferencia	El riesgo se transfiere a un tercero
Tolerar	El nivel del riesgo está dentro del apetito de riesgo o el costo de tomar cualquier acción puede ser desproporcionado con el beneficio potencial obtenido.
Tratar	Se toman medidas para contener el riesgo a un nivel aceptable. (Controles internos) Se puede reducir la probabilidad o el impacto del riesgo.
Terminar	El riesgo no puede reducirse a un nivel tolerable y es una amenaza para el logro de los objetivos y debe ser terminado.

Los riesgos con una alta probabilidad y el impacto deben ser abordados mientras que los riesgos menores pueden ser menos críticos y por lo tanto, pueden estar dentro del apetito de riesgo de la organización. Dentro, la mayoría de los riesgos estarán dentro del apetito de riesgo de la organización y por lo tanto pueden ser tolerados. Algunos riesgos identificados pueden requerir tratamiento para reducir el nivel del riesgo a un nivel tolerable.

Pocos riesgos tendrán la opción de ser transferidos y muy pocos, si alguno tiene la opción de la actividad que causa el riesgo se termina. Al decidir la respuesta a un riesgo, la respuesta debe ofrecer una relación calidad-precio en relación con el riesgo que está controlando. Las respuestas al riesgo también deben estar en

proporción con el riesgo que abordan. Debe evitarse el control excesivo de los riesgos menores, así como el control de los riesgos graves.

Controles internos como respuesta al riesgo

El objetivo del control interno no es eliminar el riesgo en su totalidad, sino proporcionar una seguridad razonable de limitar la pérdida probable de la realización de riesgos clave dentro del apetito de riesgo de la empresa. Los controles internos se pueden clasificar en cuatro tipos principales:

- **Controles defectivos:** Estos controles están diseñados para identificar las ocasiones en que se han realizado resultados no deseados. Son "después del evento" y por lo tanto sólo son apropiados cuando es posible aceptar la pérdida o el daño incurrido como resultado del evento.
- **Controles de la directiva:** Estos están diseñados para asegurar que se logre un resultado particular y son particularmente importantes cuando es crítico que se evite un evento indeseable.
- **Controles preventivos:** Los controles que están diseñados para limitar la probabilidad de que se produzca un resultado indeseable son controles preventivos. La mayoría de los controles implementados por su bufete pertenecen a esta categoría. Un ejemplo de este tipo de control interno es la segregación de funciones.
- **Controles correctivos:** Este tipo de control está diseñado para corregir resultados indeseables que se han realizado. Estos controles limitan el impacto del evento y proporcionan cierta recuperación frente a pérdidas y daños.

Todos los controles que se establezcan deben estar debidamente documentados y también deben ser revisados periódicamente para asegurar que permanezcan efectivos y que continúen ofreciendo la mejor relación calidad-precio al riesgo.

Consideración de los controles actuales.

Antes de determinar si se requieren controles adicionales para el riesgo, se deben considerar los controles actuales que están en su lugar. Se debe evaluar la

efectividad de estos. Si los controles actuales no reducen el puntaje de riesgo neto y por lo tanto la exposición al riesgo dentro del apetito de riesgo de la organización, se necesitará una respuesta adicional.

Implementación de la respuesta

Todas las opciones para la respuesta a cada riesgo clave deben ser evaluadas y la opción decidida se detalla en el formulario de evaluación del riesgo. Un plan para la implementación de los controles debería entonces ser diseñado con acciones específicas, detalles de quién se le ha delegado la autoridad para completarlos y cuándo. Todos los detalles deben comunicarse claramente al nivel de gestión pertinente. Las respuestas al riesgo deben ser monitoreadas y reportadas para asegurar que se han implementado de manera efectiva y que no ha habido desviaciones de los planes de implementación acordados.

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

CAPÍTULO 9

9. CONCLUSIONES

- El ámbito empresarial brinda oportunidades para las organizaciones tomen en cuenta la asesoría legal, debido a que en la actualidad los empresarios consideran de vital el apoyo de especialistas para sortear este tipo de dificultades; las condiciones legales afectan cada vez a las empresas por lo que es necesario brindar consultoría y herramientas que permitan mejorar el ámbito legal de toda organización.
- Mediante el estudio de mercado se pudo identificar el mercado objetivo a la cual poder brindar este servicio, se pudo conocer los diversos requisitos que las empresas buscan en asesoría legal, por lo tanto, la empresa poseerá una demanda considerable, debido a que orienta los servicios a todo tipo de organización.
- Se logró establecer los recursos necesarios para llevar a cabo la aplicación móvil, y los elementos adecuados para que funcione de manera correcta y de fácil manejo para la demanda.
- Mediante el estudio económico, se estableció el valor de la inversión inicial. Obteniendo como resultados un VAN y TIR positivos, lo que garantiza la banalidad del proyecto.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

CAPÍTULO 10

10. RECOMENDACIONES

- Se debe realizar una investigación de mercado más profunda, con el fin de conocer demás elementos como segmentación, parámetros, características, competencias y demás aspectos para brindar el servicio de asesoría legal.
- Implementar un plan presupuestario, que permita el control adecuado de cada costo u gasto que maneje la empresa, esto disminuirá los riesgos financieros que pueden ocurrir dentro de la organización.
- Es recomendable que el proyecto se lleve a cabo, debido a que se puede contar con la ayuda de diversas instituciones públicas que fomentan el desarrollo empresarial, ya que el mismo estudio financiero arroja resultados favorables.
- Los procesos deben estar sujeto a un estudio técnico especificando lineamientos y requerimientos como recursos y capacidad instalada, para garantizar un adecuado desarrollo del negocio.
- Es recordable ampliar la diversidad de servicios que ofrece la entidad, para no solo brindar asesoría legal, sino demás servicios de asesoría dependiendo de los diversos riesgos o problemas que puedan afrontar las empresas en la actualidad.

CAPÍTULO 11

FUENTES

CAPÍTULO 11

11. FUENTES

- Alessandri Rodríguez, A. M. (1998). *Tratado de Derecho Civil: Partes Preliminar y General*. Santiago: Editorial Jurídica de Chile.
- A. V. (1989). *Derecho Procesal Civil*. Mexico: J.M. Cajica.
- Abogados Ya. (10 de Octubre de 2016). *AbogadosYa*. Obtenido de Terminos y condiciones: <https://abogadosya.co/terminos-y-condiciones>
- Acevedo, M. C., Moreno, S. C., & Sánchez, H. D. (2013). INNOVACIÓN EMPRESARIAL: UNA MIRADA DESDE LA COMPETITIVIDAD, EL DESARROLLO LOCAL Y LATRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN EN COLOMBIA. *Universidad de Medellin*, 151.
- Acosta Romero, M. (2013). *Derecho Administrativo*. México: UNAM.
- Alleuy, J. D. (09 de Agosto de 2014). *Medium @jduarte*. Obtenido de Medium: <https://medium.com/@jduarte/por-que-lean-startup-lo-cambiara-todo-740d7bf01fee#.24635eieb>
- Banco Central del Ecuador. (2014). *Sistema de Dinero Electronico*. Quito: Gobierno Central.
- Barboza, J. (2010). *LA RESPONSABILIDAD INTERNACIONAL* . Buenos Aires: Universidad Católica.
- Bill, C. (22 de Octubre de 2016). *INC*. Obtenido de Crowdfunding: The Ultimate Tool for Entrepreneurs: <http://www.inc.com/bill-carmody/crowdfunding-the-ultimate-tool-for-entrepreneurs.html>
- Blanc, S. (2013). *Star Up Chnage Everything*. Cambridge: Harvard Business Review.
- Borda, G. (1998). *Manual de Derecho Civil* . Argentina: Editorial Perriot.
- Bosma, N. y. (2004). Global Entrepreneurship Monitor. *Metodos cuantitativos de la economia y la empresa.*, 54-52.
- CEPAL. (1999). *EFICACIA, EFICIENCIA, EQUIDAD Y SOSTENIBILIDAD: ¿ Qué queremos decir ?* Santiago de Chile: CEPAL.
- Código Civil. (2015). *Código Civil*. Quito: Asamblea Nacional.
- Código Civil. (2015). *Código Civil*. Quito: Asamblea Nacional.
- Código del Comercio. (2013). *Código del Comercio*. Quito: Asamblea Nacional.
- Código del Trabajo. (2015). *Código del Trabajo*. Quito: Asamblea Nacional.
- CODIGO ORGÁNICO DE LA FUNCIÓN JUDICIAL. (2017). *CODIGO ORGÁNICO DE LA FUNCIÓN JUDICIAL*. QUITO: ASAMBLEA NACIONAL.

- CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIÓN. (2013). *CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIÓN*. QUITO: ASAMBLEA NACIONAL.
- CÓDIGO ORGÁNICO GENERAL DE PROCESOS. (2016). *CÓDIGO ORGÁNICO GENERAL DE PROCESOS*. QUITO: ASAMBLEA NACIONAL.
- CÓDIGO ORGÁNICO INTEGRAL PENAL. (2015). *CÓDIGO ORGÁNICO INTEGRAL PENAL*. QUITO: ASAMBLEA NACIONAL.
- Código Tributario. (2009). *Código Tributario*. Quito: Asamblea Nacional.
- Confianza Servicios Legales. (19 de JULIO de 2016). *Confianza*. Obtenido de Confianza Nosotros: <http://confianzza.ec/nosotros/>
- Consejo de la Judicatura. (2012). *SATJE*. Quito: Gobierno Nacional.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi: Asamblea Nacional.
- Cowan, A. (18 de Julio de 2014). *Lean StartUp*. Obtenido de http://www.alexandercowan.com/creating-a-lean-startup-style-assumption-set/#Criticism_Context
- Derecho Administrativo. (2012). *Acto Administrativo*. México: UNAM.
- Domínguez, Y. S. (2007). El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. *Revista Cubana de Salud Pública*, 3-5.
- Dromi, R. (2004). *Derecho Administrativo*. Argentina: Ciudad Argentina.
- E, M. P. (2015). *Ventaja Competitiva*. Bolivia : Grupo Editorial Patria.
- E. O. (1970). *Lecciones del Derecho Administrativo*. San Jose: Ediciones Costa Rica.
- E. P. (2008). *Derecho Administrativo I*. Quito: Corporación de Estudios ESTADE.
- E. P. (s.f). *La Noción de Acto Administrativo en el Derecho Publico Ecuatoriano*. Quito: Universidad San Francisco de Quito.
- Enríquez, L. A., Adame, M. G., & Camacho, R. R. (2011). *Estrategias empresariales para la competitividad y el crecimiento de las PYMES*. . México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Férrandez, J. B. (1992). *Los Principales Contratos Civiles*. Bogotá: Ediciones Librería del Profesional.
- FISCALÍA GENERAL DEL ESTADO. (2016). La herramienta SIAF 2.0. *Contenido Institucional*, 12.
- Flores, B. (2014). Elementos del Acto Administrativo. *Prezi*, 12-14.
- Funcion Judicial Ecuador. (09 de Abril de 2015). *Funcion Judicial*. Obtenido de Sala de prensa:

<http://www.funcionjudicial.gob.ec/index.php/es/saladeprensa/noticias/item/2197-taller-de-acceso-a-la-justicia-y-proteccion-de-derechos-para-victimas-de-violencia-de-genero.html?tmpl=component&print=1>

- FUQUEN ALVARADO, M. E. (2003). LOS CONFLICTOS Y LAS FORMAS ALTERNATIVAS DE RESOLUCIÓN. *BULARASA*, 274.
- G. B. (2007). *The Strategy payoff for smaller enterprises*. Inglaterra: Brighton University.
- Gastón, J. (1950). *Principios Generales del Derecho Administrativo*. Buenos Aires: Depalma.
- Hernández Silva, A. P. (2008). *Derecho de la Responsabilidad*. Bogotá: Universidad de Externado.
- Holguín, J. L. (2008). *Manual Elemental de Derecho Civil 3*. Guayaquil: Corporación de Estudios y Publicaciones.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). *Estadísticas de producción Judicial*. Quito: Gobierno Nacional.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). *Estadísticas de Producción Judicial*. Guayaquil: INEC.
- J. C. (2002). *Derecho Administrativo II*. San Nicolás de los Arroyos: Editorial Argentina.
- Kastelle, T. (18 de Febrero de 2016). <http://timkastelle.org/>. Obtenido de <http://timkastelle.org/blog/2016/02/how-to-make-good-lean-startup-hypotheses/>
- La Hora. (02 de Noviembre de 2013). *Derecho Ecuador*. Obtenido de Derecho Ecuador Nosotros: <http://www.derechoecuador.com/acerca-de-derechoecuador-com/quienes-somos>
- La Nacion. (02 de Mayo de 2016). *La Nacion*. Obtenido de La Nacion WEB site: <http://www.lanacion.com.py/2016/05/02/culmino-con-exito-primer-startup-weekend-trinacional-a-nivel-mundial/>
- Legalix. (2016). Startups Legales: Una tendencia innovadora. *Legalix Mexico*, 20-25.
- LEXIS S.A. (19 de Julio de 2016). *Lexis Finder*. Obtenido de Lexis Website: <http://www.lexis.com.ec/website/lexisfinder/lexisfinder.aspx>
- Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensaje de Datos. (2002). *Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensaje de Datos*. Quito: Asamblea Nacional.
- LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS Y MENSAJES DE DATOS. (2014). *LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS Y MENSAJES DE DATOS*. QUITO: ASAMBLEA NACIONAL.

- Ley Organica de Servicio Público. (2010). *LOSEP*. Quito: ASAMBLEA NACIONAL.
- M. P. (1980). *Estrategia Competitiva*. Boston: Harvard Business Review.
- Manasevich, R. A. (2008). *Las Obligaciones*. Santiago: Editor Jurídico Chile.
- Manzano & Asociados. (2017, p. 1). *Derecho Civil*. Guayaquil: Estudio Jurídico Manzano & Asociados S.A.
- Mobile Legem. (14 de Agosto de 2014). *Mobilelegem*. Obtenido de Mobile Nosotros: <https://www.mobilelegem.com/ec/>
- Oficina de Administración de los Tribunales Academia Judicial Puertorriqueña. (2015). *Glosario de Términos y Conceptos Jurídicos o Relativo al Poder Judicial*. Puerto Rico: Colegio de Abogados.
- Orrego, C. I. (2015). La dimensión humana del emprendimiento. *Estudios Gerenciales*, 243-252.
- Pato, J. T. (2011). *Lecciones de Derecho Administrativo*. Elche: Editorial Club Universitario.
- Perez, E. (2008). *Derecho Administrativo I*. Quito: ESTADE.
- Pérez, J. R. (1999). *Derecho Administrativo General*. Madrid: EUNED.
- R. D. (2001). *Derecho Administrativo*. Argentina : Ediciones Ciudad Argentina.
- Reyes, A. M. (2010). *Fundamentos de la Organizacion y del funcionamiento del Estado Colombiano*. Medellín: Bogotá D.C. Librería.
- Ries, E. (13 de Noviembre de 2015). *The Lean Start Up*. Obtenido de <http://theleanstartup.com/>
- Rivadeneira Jaramillo, J. E. (2015). ABANDONO DE CAUSAS EN EL COGEP Y SUS CONCECUENCIAS. *REPOSITORIO*, 54.
- Rodriguez Aren, R. A. (2013). *El Derecho Administrativo*. México: UNAM.
- Ruíz Orejuela, W. (2013). *Responsabilidad del Estado y sus regímenes*. Bogotá: Ecoe Ediciones .
- Ruiz, J. G. (2010). *Introduccion al Derecho Constitucional*. Cadiz: UNIVERSIDAD DE CADIZ. SERVICIO DE PUBLICACIONES.
- S. C. (2014). *Derecho Administrativo: Historia y Futuro*. Madrid: Editorial Derecho Global.
- S. P. (2000). *Principios del Derecho Administrativo* . Piura: Centro de Estudios Ramón Areces .
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw Hill.
- Secretaría Nacional de Administración Pública. (2017). *SNAP*. QUITO: ASAMBLEA NACIONAL.

- SENTENCIA N.0 221-16-SEP-CC , CASO N.0 0420-13-EP (Corte Constitucional del Ecuador 13 de Julio de 2016).
- Seumenicht, B. (08 de Mayo de 2013). *MERCA 20*. Obtenido de MERCA 20 WEB site: <http://www.merca20.com/modelo-de-negocio-canvas/>
- TARJETA DE CRÉDITO, 17711-2016-0241 (SALA ESPECIALIZADA DE LO CIVIL Y MERCANTÍL 17 de Febrero de 2016).
- Torres, G. C. (1945). *El Derecho del Trabajo y sus contratos*. Buenos Aires. Buenos Aires: Editorial Mundo Atlántico.
- Universidad Católica Santiago de Guayaquil. (30 de Noviembre de 2012). *UCSG*. Obtenido de Lineas de Investigación: <http://www2.ucsg.edu.ec/sinde/lineas-de-investigacion.html>
- V. L., G. C., X. O., & E. I. (2015). Global Entrepreneurship Monitor. *GEM*, 27.
- V. P. (2015). PERSONALIDAD Y PERSONERÍA JURÍDICA. *Derecho Ecuador*, 19-22.
- Valencia, W. A., & Pinto, E. P. (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Produccion y Gestion*, 82-84.
- Zumba, R. (2017, p. 83). *Propuesta para la creación de una empresa de servicios con soluciones integrales participativas con competencias distintivas para sostenibilidad de negocios*. Guayaquil: Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

CAPÍTULO 12

ANEXOS

CAPÍTULO 12

12. ANEXOS

1. Sexo

Masculino _____

Femenino _____

2. Edad

De 18 a 24 años _____

De 25 a 34 años _____

De 35 a 44 años _____

De 45 en Adelante _____

3. Alguna vez ha solicitado algún servicio legal

Si _____

No _____

4. ¿Cómo considera usted el servicio legal en la ciudad de Guayaquil?

Excelente _____

Bueno _____

Regular _____

Malo _____

Pésimo _____

5. ¿Del 1 al 10 cómo calificaría al momento de visitar algún estudio de servicios legales?

Precio _____

Imagen _____

Atención _____

Cumplimiento _____

Otro _____

6. ¿Cómo califica usted la forma de asesoría legal que se da actualmente?

Excelente _____

Bueno _____

Regular _____

Malo _____

Pésimo _____

7. ¿Considera que es importante que exista una empresa que responda de manera clara, ágil y a tiempo ante la consulta de usuarios

Si _____

No _____

8. ¿Contrataría los servicios de una empresa de servicios legales mediante una aplicación móvil?

Si _____

No _____

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio de asesoría legal?

Si _____

No _____

10. ¿Cuánto estaría dispuesto pagar por el servicio de gestión documental?

Si _____

No _____

11. ¿Del 1 al 10 que área considera importante?

CIVIL _____

PENAL _____

MERCANTIL _____

ADMINISTRATIVO _____

TRIBUTARIO _____

OTROS _____

12. ¿Qué otra información consideraría importante para la APP?

BLOG _____

INFORMACIÓN LEGAL _____

NORMATIVA VIGENTE _____

REVISTA DIGITAL _____

CAPACITACIÓN DIGITAL _____

OTRO _____

CAPÍTULO 13

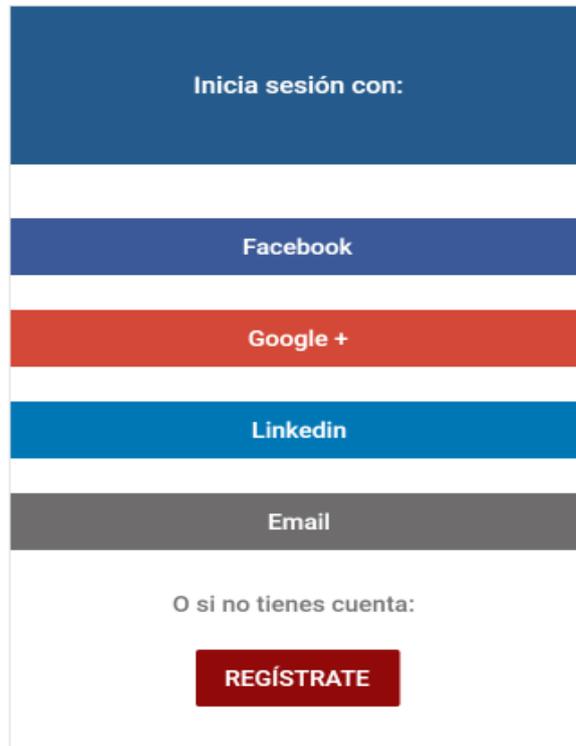
MATERIAL COMPLEMENTARIO

CAPÍTULO 13

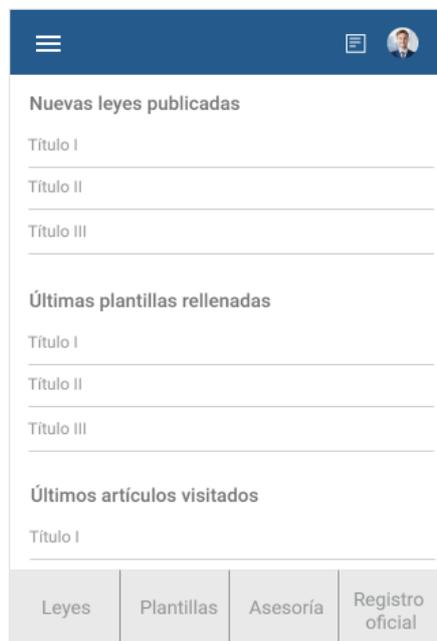
13 MATERIAL COMPLEMENTARIO



Pantalla de Inicio a la APP



ILegem pantalla de registro



ILegem contenido de la App



ILegem Creación de Plantilla



ILegem Asesorías Disponibles



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Andrade Vera Manuel Andrés**, con C.C: # 092566062-3 autor del trabajo de titulación: (Propuesta para la Creación de una Empresa de Servicios Legales en la Ciudad de Guayaquil, mediante una aplicación móvil previo a la obtención del título de Ingeniero de Desarrollo de Negocios Bilingüe en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 21 de septiembre del 2017

f. _____

Nombre: Andrade Vera Manuel Andrés

C.C: 092566062-3

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta para la Creación de una Empresa de Servicios Legales en la Ciudad de Guayaquil, Mediante una Aplicación Móvil		
AUTOR(ES)	Manuel Andrés Andrade Vera		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Eco. Ribadeneira López Carlos Luis		
INSTITUCION:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Emprendimiento		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero de Desarrollo de Negocios Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	21 de septiembre del 2017	No. PÁGINAS:	168
AREAS TEMATICAS:	Derecho, Aplicación Móvil, Legal		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Derecho, Legal, Aplicación, Móvil, Tecnología, Materia, Profesionales. / Law, Legal, Application, Mobile, Technology, Matter, Professionals.		
<p>RESUMEN/ABSTRACT: La presente propuesta de negocios, se encuentra encaminada por desarrollar nuevas herramientas jurídicas mediante la tecnología moderna, que permitan facilitar y optimizar recursos al momento de incurrir a la gestión jurídica, además se plantea un modelo de interacción entre los usuarios y los profesionales del derecho, que personaliza la selección y personalización de sus necesidades jurídicas, con la contratación de servicios profesionales en materias especializadas, de manera segura y accesible, por medio de una aplicación móvil.</p> <p>The present business proposal is aimed at developing new legal tools through modern technology, which allow to facilitate and optimize resources at the time of incurring legal management, in addition to a model of interaction between users and law professionals, which personalizes the selection and customization of their legal needs, with the hiring of professional services in specialized areas, in a secure and accessible, through a mobile application.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-960191929	E-mail: man_andrade@yahoo.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Ing. Loor Avila Beatriz Annabell, Mgs		
	Teléfono: +593-994135879		
	E-mail: beatriz.loor@cu.ucsg.edu.ec		
SECCION PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACION:			
DIRECCION URL (tesis en la web):			