ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANÍSTICAS Y ECONÓMICAS

Tesis de Grado
Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO COMERCIAL ESPECIALIZACIÓN FINANZAS – COMERCIO EXTERIOR Y MARKETING

Tema:

Creación de un programa y tarjeta de afiliación de asesoría legal prepaga para PYMES y sus trabajadores en la ciudad de Guayaquil.

Presentada por:

Lucy del Rocío Romero Santillán[1]
Johanna Margarita Triviño Gilcés[2]

Director de Tesis:

Ernesto Rangel[3].

Guayaquil – Ecuador
2006

1 Ingeniera Comercial Especialización Finanzas 2006, email: luromero@espol.edu.ec
2 Ingeniera Comercial Especialización Comercio Exterior y Marketing 2006, email: jtrivino@espol.edu.ec
3. Director del proyecto Economista con especialidad en Marketing, Escuela Superior Politécnica del Litoral 2002 Máster en Marketing y Comercio Electrónico por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) 2004. Profesor Investigador de Marketing de la Facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas (Facultad ICHE) de la ESPOL desde el 2002, email erangel@espol.edu.ec

SUMMARY

A plan of prepaid legal services is an agreement in which the client affiliates to a scheme in which he prepays the legal services that he will require in the future.

The small and medium companies' situation has been analyzed and it has been found that many companies do not have a legal support that endorses some possible legal event or problem in the future. This is the reason why it has been considered the creation of a service with a low cost that guarantees the client-affiliated a tool that will protect him in case of doubts and potential troubles that usually appear in the company.

Thus it is the way this service has been accepted in many countries like Chile, Spain, Colombia, Mexico, Unites States, and others. This legal service has solved the companies' need of maintaining a specialized and legal consultant's office with a structure of low costs.

The project arose like an answer to the increasing need of the businesses' world in Guayaquil. The enterprises need to count with a choice that concentrates, in a same professional organization, the specialists with a high and qualified profile in order to have the benefit of a prepaid legal consultant's office.

Resumen

Un plan de servicios legales prepagados es un acuerdo en el que el cliente se afilia a un esquema mediante el cual prepaga los servicios legales que posiblemente vaya a requerir en el futuro.

Se ha analizado la situación de las PYMES y se ha encontrado que la mayoría de las empresas no cuenta con un soporte legal que respalde algún evento o problema de índole legal que se le llegará a presentar, por lo que se ha considerado necesario crear un servicio con un bajo costo que garantice al cliente-afiliado una herramienta que lo proteja de dudas y de posibles problemas que suelen presentarse en la empresa.

Así es como se ha estructurado: un servicio que internacionalmente ha venido tomando fuerza y que en muchos países como Chile, España, Colombia, México, USA, y otros, ha solucionado la necesidad de las empresas de mantener con una estructura de bajos costos, la asesoría legal especializada.

El proyecto surgió como respuesta a la creciente necesidad del mundo de los negocios de esta ciudad, de contar con una alternativa que concentre en una misma organización profesional los especialistas con un alto perfil de calidad en la prestación del servicio de asesoría legal prepagada.

INTRODUCCIÓN

Un plan de servicios legales prepagados es un acuerdo en el que el cliente se afilia a un esquema mediante el cual prepaga los servicios legales que posiblemente vaya a requerir en el futuro. Se asemeja conceptualmente en muchos aspectos a un programa de beneficios médicos: un consumidor paga un monto fijo cada año o mes a cambio de ciertos servicios médicos para ser utilizados cuando la ocasión lo amerite.

El asesoramiento prepagado es un acuerdo por medio del cual los afiliados y beneficiarios gozarán de una completa protección de sus intereses, patrimonio y libertades. La asesoría legal consiste en la protección y orientación de algún tipo de concepto en materia legal. Así mismo la compañía y asistencia de un abogado especializado en cada una de las ramas del derecho dependiendo de cual sea la necesidad.

Los empresarios, no están acostumbrados anticiparse a los problemas legales y sólo se ocupan de ellos cuando tienen que presentarse ante un tribunal. De allí que no resulte indiferente la aparición de los sistemas prepagados, que al igual que uno de medicina, trabaja sobre la prevención. La diferencia es que en lugar de enfermedades, lo que se trata de prevenir son juicios y problemas legales.

En el país es la primera ocasión en la que se trata de desarrollar un esquema de estas características; lo usual es que se contraten los asesores por horas, se contraten por una suma mensual fija o se contrata por trabajos o consultas específicas.

Es necesaria una cobertura integral en materia jurídica de todos y cada uno de los inconvenientes que por cualquier motivo llegaran a tener las PYMES y sus trabajadores, nadie está exento de verse involucrado en cualquier situación en la que requiera del acompañamiento de un profesional del derecho que lo atienda de la mejor manera, que lo aconseje de forma oportuna y real para el manejo de los asuntos que se encomienden.

Como en la actualidad nos encontramos en un mundo cambiante y apresurado, decidimos ofrecer un servicio mejorado como es el asesoramiento legal prepagado, observando que muchas empresas pequeñas y medianas en la ciudad no están preparadas para cualquier problema legal que se les presente.

El proyecto surgió como respuesta a la creciente necesidad del mundo de los negocios de esta ciudad, de contar con una alternativa que concentre en una misma organización profesional los especialistas con un alto perfil de calidad en la prestación de los servicios de asistencia legal prepagada. Es así como pensamos contar con profesionales destacados en cada especialidad de la práctica jurídica.

1.- Definición del proyecto y creación del programa y la tarjeta de afiliación

El servicio se basará en un moderno concepto de cobertura en servicios legales personalizados, donde un abogado lo representa y lo defiende de acuerdo al plan contratado. Podrán afiliarse abogados independientes así como las empresas que requieran el servicio.

Por un valor mensual conveniente, las empresas y sus trabajadores podrán acceder a este servicio especialmente diseñado para sus necesidades y posibilidades económicas, que les dará cobertura legal inmediata, contando con el respaldo de abogados calificados que existen en el mercado.

Se dará asesoramiento con la participación de un equipo de abogados consagrados a su profesión. A cada uno de ellos se requerirá que hayan culminado sus estudios en prestigiosas universidades nacionales e internacionales, pasando a colaborar después de un riguroso proceso de selección.

Existen también convenios dirigidos a los trabajadores de la empresa, en los cuales se les dará cobertura legal de acuerdo a los requerimientos que disponga o solicite la empresa. Tanto los convenios a empresas, como a los trabajadores estarán limitados a una cierta cantidad de atenciones legales para el periodo contratado, pudiendo variar de acuerdo a los requerimientos del contratante.

El monto a pagar dependerá del plan que se contrate, puesto que se diseñara planes a la medida y necesidades, sea para las empresas y sus trabajadores. De todas maneras, cualquiera sea la situación, como afiliado, tendrá acceso básico a:

- Revisión de documentos legales por un abogado.
- Todas las consultas que requiera hacer a un abogado.
- Todas las cartas que requiera que envíe un abogado.
- Consultar individualmente acerca de materias legales nuevas o desconocidas para el afiliado.
- Redacción de testamentos para el afiliado y familia.

- Representación judicial en tribunales de justicia.

Las empresas y sus trabajadores podrán obtener asesoría y otros servicios en forma permanente para solucionar las necesidades legales y también defender sus derechos.

2.- Definición del servicio

El fin de la tarjeta de afiliación es dar asesoramiento legal a las PYMES (pequeñas y medianas empresas) y sus trabajadores mediante un sistema de prepago en la ciudad de Guayaquil, esta idea nace con el objeto de brindarles a dichas empresas ayuda en problemas de litigios legales.

Con este servicio se reducen los costos de buscar un bufete, abogados y estudios jurídicos, ya que ofrece la ventaja de ser más barato que contratar un asesoramiento mediante servicios profesionales pagados.

Los casos que atenderán los abogados serán de acuerdo al plan que la empresa y su trabajador soliciten:

1. Atención de consultas de índole civil, contractual, laboral, penal, societario, y tributario. Las consultas son absueltas por la vía que el cliente solicite puede ser: vía telefónica, fax, Internet y/o personal (previa cita).
2. Obtención de la cédula de identidad.
3. Asesoramiento y asistencia en el evento de accidentes y choques.
4. Asesoramiento en el caso de pérdida de documentos personales y asistencia inmediata, elaboración de la denuncia respectiva.
5. Información de requisitos y/u obtención de certificados en el IESS, CTG, Registro de la Propiedad, Registro Mercantil e Intendencia de Compañías. Información de requisitos de trámites varios en el Municipio de Guayaquil.
6. Asesoramiento y elaboración de carta de venta de vehículo.

7. Asesoramiento para la anulación de tarjetas de crédito por robo o pérdida y asistencia inmediata, elaboración de la denuncia y cartas pertinentes.
8. Elaboración de minuta de declaración juramentada.
9. Asesoramiento y elaboración de solicitud al Notario para permiso de salida de menores.
10. Asesoramiento y elaboración de minuta de testamento.
11. Elaboración de minuta compraventa de inmueble.
12. Revisión de minuta de hipoteca.
13. Revisión de minuta de cancelación de hipoteca.
14. Asesoramiento y elaboración de minuta efectiva.
15. Asesoramiento y elaboración de solicitud de partición voluntaria de bienes.
16. Actualización del RUC.
17. Información y tramitación de documentos para viajar al exterior.

3.- Servucción

No existe en español ni en ningún idioma, una palabra que permita designar el proceso creativo de un servicio, por lo que los autores[3] han optado por el neologismo servucción. El gran aporte de este enfoque es poner el énfasis en la calidad de los servicios como resultante del sistema de servucción, característica diferencial cada vez más importante para la supervivencia de las empresas.

De una manera sencilla puede definirse la Servucción como el proceso de elaboración de un servicio, es decir, toda la organización de los elementos físicos y humanos en la relación cliente-empresa, necesaria para la realización de la prestación de un servicio y cuyas características han sido determinadas desde la idea concebida, hasta la obtención del resultado como tal (el servicio).

3. Autores: Pierre Eiglier y Eric Langeard, Profesores de la Université de Droit, d'Economie et des Sciences d'Ax-Mareille Institut d' Administration des Enterprises Aix-en-Provence.

- **El cliente.** El servicio que vamos a brindar va dirigido a las PYMES y sus trabajadores, por tanto tienen que estar implicados en la fabricación del servicio. Son elementos primordiales y su presencia es indispensable, sin ellos el servicio no puede existir.
- **El soporte físico**. Se trata del soporte material necesario para la producción del servicio. Por tanto hemos decidido para conveniencia de nuestros afiliados como lugar en que se encontraran las oficinas un edificio al norte de la ciudad.
- **El personal de contacto (P.C.C.).** Son las personas que estarán en contacto directo con los clientes, la recepcionista, y los abogados.
- **El servicio.** Es el resultado de la interacción de los tres elementos de base que son el cliente, el soporte físico y el personal de contacto. Este resultado constituye un beneficio que debe satisfacer la necesidad del cliente. El servicio es dar asesoramiento legal a las PYMES (pequeñas y medianas empresas) y sus trabajadores mediante un sistema de prepago en la ciudad de Guayaquil, es el hecho de que el afiliado al programa hable con el abogado. Como lo muestra la figura 3.1:

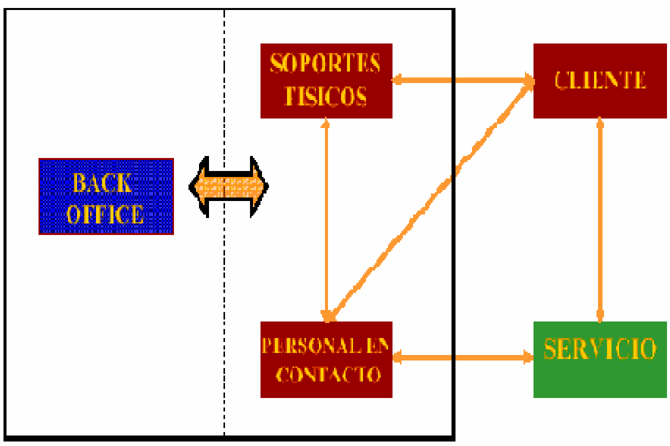

Figura 3.1 Elementos fundamentales del sistema de servucción

4.- Investigación de mercado

La siguiente etapa para el desarrollo de este proyecto consiste en realizar una investigación de mercado cuyo objetivo principal es medir el grado de aceptación que nuestro servicio prepagado va a tener. Los métodos de investigación que hemos escogido son: realizar grupos focales y encuestas con el fin de determinar si están de acuerdo a que se implemente este tipo de servicio prepagado en la ciudad y el grado de aceptación que tendría nuestro servicio.

El grupo focal para las PYMES fue realizado en la ciudad de Guayaquil, el día lunes 5 de Diciembre del 2005 a las 3 de la tarde, el lugar escogido para esta investigación fue ubicada en la ciudadela la Garzota. Elegimos este lugar con el afán de dar comodidad a los participantes. El grupo consistió en 5 personas (gerentes de diversas empresas) escogidas al azar dentro del límite de nuestro target, estas personas no tenían ningún tipo de relación entre ellas.

Realizamos preguntas más profundas acerca del servicio tratando de establecer comparaciones entre los tipos de asesoramiento legales y lugares que brindan dicho servicio e intentando descubrir cuál es el atributo común que no posee estos lugares en la actualidad y cuál es el que debería poseer.

Con el grupo focal nos pudimos dar cuenta que tanto los administradores de las PYMES como trabajadores estuvieron de acuerdo con que el nuevo servicio sería un éxito por los beneficios que este brinda, ellos estarían dispuestos a contratar un plan por sus ventajas. La mayoría de las personas del grupo focal no habían escuchado anteriormente sobre el servicio, por tanto no conocían el funcionamiento, el cual les pareció una idea original e innovadora.

Para el caso de las PYMES se escogió el método de muestreo no probabilístico (por juicio) la selección de la muestra dependerá juicio o de la experiencia que tenga el investigador. En nuestro caso, la población según datos proporcionados por la Cámara de la Pequeña Industria de Guayaquil hasta el 2004 tiene aproximadamente 1672 afiliados. Se seleccionaron 100 PYMES de la base de datos.

Para el caso de los trabajadores se escogió un muestreo aleatorio simple con una población infinita debido a que no se tenía la cantidad exacta de trabajadores. La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2};$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = 385$$

5.- Plan de marketing

Matriz Boston Consulting Group (Bcg):

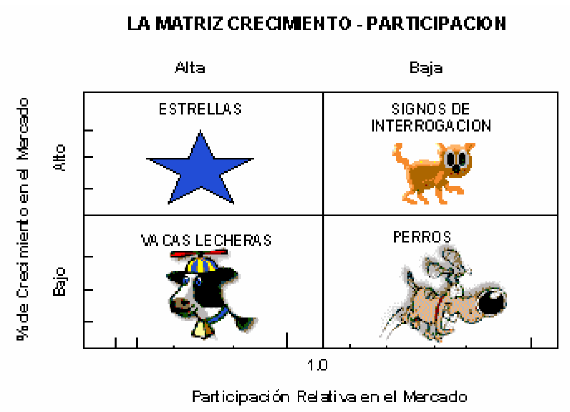

Figura: Modelo de Matriz de Crecimiento-Participación BCG

El primer paso que tiene la gerencia es identificar los negocios claves que constituyen a la compañía, estos son denominados como UEN para nuestro proyecto la unidad estratégica de negocio vendría a ser la tarjeta de afiliación de asesoría legal prepagada.

El siguiente paso requiere que los gerentes evalúen el atractivo de la UEN y decidan cuanto apoyo merece, una vez que se ha clasificado la UEN, la compañía debe determinar que papel desempeñará esta en el futuro. La UEN puede seguir una de la 4 estrategias, la estrategia escogida para el proyecto es la de interrogación debido a que el servicio prepagado es nuevo en el mercado por ende tendrá poca participación de mercado y crecerá a medida que la empresa cree un impacto en el mercado mostrando una ventaja para así obtener el apoyo de los clientes.

Matriz Ansoff:

	Productos Actuales	Nuevos Productos
Mercados Actuales	Penetración de mercado	Desarrollo de Producto
Nuevos Mercados	Desarrollo de mercado	Diversificación de producto

Figura 5.2: Matriz Ansoff

Debido a que el servicio prepagado esta en etapa de introducción en el mercado, se pueden aplicar varias estrategias: descremado rápido, descremado lento, penetración rápida y penetración lenta.

La mejor opción para la penetración de mercado en la etapa de introducción de la tarjeta de afiliación de asesoría legal prepagada es penetración rápida, ya que con una intensa promoción lo daremos a conocer y con los precios se atraerá al grupo objetivo. De este modo la tarjeta de afiliación podrá ser reconocida por su excelente servicio.

Como se lo ha expresado en capítulos anteriores nuestro servicio prepagado va dirigido a las PYMES y sus trabajadores, ellos son nuestro mercado meta, debido a que se ha encontrado que no cuentan con un soporte legal que satisfaga sus necesidades y problemas legales.

La estrategia de cobertura de mercado que se va adoptar es el marketing concentrado, esta estrategia es más atractiva porque el proyecto va tras una participación de mercado grande en un submercado, es un excelente mecanismo para que las nuevas pequeñas empresas se afiancen contra competidores más grandes con más recursos. Mediante el marketing concentrado, el proyecto logra una posición firme en el nicho al cual se dirige, porque conoce sus necesidades y adquiere un renombre especial.

CONCLUSIONES

El proyecto presentado, cuya razón social sería **LEX *SERVICES*** es rentable.

Se pudo concluir que existe demanda por parte tanto de las PYMES como sus trabajadores, y los cuales están dispuestos a pagar entre $5 a $15 con respecto a los empleados, y las PYMES entre $20 a $40, estos precios varían de acuerdo al plan que se contrate.

Mediante la investigación de mercado nos pudimos dar cuenta que los encuestados no tienen conocimiento acerca de **Ecuabogados** quien es nuestro competidor directo, y para nuestro proyecto es una ventaja.

Las personas en la actualidad consideran importante tener el soporte legal de un abogado para prevenir futuros problemas legales que se suelen presentar en el diario vivir, por tanto nuestro proyecto les ofrece un servicio de calidad con abogados calificados.

La principal ventaje competitiva de **LEX SERVICES** es la relación directa y personalizada con el cliente.

BIBLIOGRAFÍA

- JACQUES LAMBIN JEAN, **Marketing Estratégico,** Mc Graw Hill, Colombia, 1998, Tercera Edición.
- KINNEAR – TAYLOR, **Investigación de Mercados,** Mc Graw Hill, Colombia, 1998, Quinta Edición.
- KOTLER PHILLIP, **Dirección de Marketing,** Prentice Hall, México, 2001, Edición del Milenio.
- STANTON – ETZEL - WALKER, **Fundamentos del Marketing**, Mc Graw Hill , México, 1999, Undécima Edición.
- NASSIR SAPAG CHAIN, REINALDO SAPAG CHAIN, **Preparación y Evaluación de Proyectos**, Mc Graw Hill, Colombia, 1998.
- BACA URBINA GABRIEL, **Evaluación de Proyectos**, Mc Graw Hill, Colombia, 1998