



**Facultad de Ciencias de la Administración**

**Escuela de Administración de Empresas**

**Plan de marketing para la empresa “Celi & Asociados Ltda.”**

**Trabajo de graduación previo a la obtención del título de  
Ingeniero Comercial.**

**Autor:** Gonzalo Andrés Torres Carrión

**Director:** Xavier Esteban Ortega Vásquez.

Cuenca, Ecuador

**2020**

## **Dedicatoria**

El presente trabajo lo dedico a mis padres que me han brindado su apoyo incondicional a lo largo de mi vida universitaria y me han dado el impulso para seguir adelante.

## **Agradecimientos**

Mi agradecimiento a mi familia por ser parte fundamental en mi vida y brindarme el apoyo necesario a lo largo de la carrera, a los docentes por guiarme por el camino del conocimiento y la excelencia para la vida profesional, a mis compañeros que estuvieron siempre apoyándome en los momentos necesarios y a mis amigos que me dieron un impulso cuando más lo necesitaba.

De igual forma agradezco a mi director el Ing. Xavier Ortega quien supo guiarme en el presente trabajo de investigación.

## Tabla de contenido

Dedicatoria .....	ii
Agradecimientos .....	iii
Índice de ilustraciones.....	vi
Indie de Tablas .....	viii
Resumen.....	ix
Abstract .....	x
Introducción .....	1
Capítulo 1.....	2
Análisis de la situación actual .....	2
1.1. Antecedentes de la empresa.....	2
1.2. Misión y valores de la empresa. ....	2
1.3. Análisis interno.....	4
1.3.1. Información general. ....	4
1.3.2. Estructura organizativa.....	4
1.4. Operaciones y procesos. ....	5
1.4.1. Localización e instalaciones.....	9
1.4.2. Procesos internos.....	10
1.5. Análisis de las capacidades. ....	10
1.6. Ventaja competitiva.....	11
1.7. Análisis del catálogo de servicios.....	12
Capítulo 2. Análisis Externo .....	16
2.1. Análisis del consumidor.....	16
2.1.1. Grado de contacto del cliente .....	16
2.1.2. Cómo selecciona el cliente un abogado. ....	17
2.1.3. Que busca el cliente del abogado. ....	19

2.1.4. Fidelización de los clientes. ....	20
2.1.5. Formas alternativas de solución de conflictos. ....	21
2.2. Análisis del mercado y la competencia. ....	23
2.2.1. El mercado jurídico en el Ecuador. ....	23
2.2.3. Análisis de la competencia. ....	24
2.3. Análisis del Entorno. ....	29
2.3.1. Entorno Económico. ....	29
2.3.2. Entorno demográfico. ....	31
2.3.3. Entorno cultural. ....	31
2.3.4. Entorno político – legal. ....	32
2.3.5. Entorno tecnológico. ....	32
Capítulo 3. Investigación de mercado. ....	34
3.1. Definición del Problema ....	34
3.2. Objetivos de la investigación. ....	34
3.3. Diseño de la investigación. ....	34
3.3. Fuentes de recolección de datos. ....	35
3.4. Población de estudio. ....	36
3.5. Determinación de la muestra. ....	36
3.6. Cálculo de la muestra. ....	37
3.7. Diseño del cuestionario. ....	39
3.8. Análisis de resultados. ....	43
Capítulo 4. Plan de Marketing ....	62
4.1. Definición. ....	62
4.2. Estrategia de Segmentación. ....	62
4.3. Estrategia de Posicionamiento. ....	63
4.4. Estrategia de Producto o servicio ....	64
Conclusiones ....	92

Recomendaciones.....	94
Bibliografía .....	95
Anexos.....	97

### **Índice de ilustraciones**

Ilustración 1 Estructura Organizacional.....	4
Ilustración 2 Localización de "Celi & Asociados Ltda." .....	9
Ilustración 3 Foto del Efdificio donde se ubican las oficinas .....	10
Ilustración 4 Visita a consultorios jurídicos.....	16
Ilustración 5 Medios de Comunicación más usados .....	18
Ilustración 6 Características más buscadas por los clientes .....	19
Ilustración 7 Satisfacción del cliente al contratar servicios jurídicos .....	21
Ilustración 8 Medios de comunicación más consultados .....	22
Ilustración 9 Ganancias de las principales empresas en el Sector Jurídico de la ciudad de Quito.....	28
Ilustración 10 Edad de los encuestados.....	43
Ilustración 11Sexo de los encuestados.....	44
Ilustración 12 Estado Civil de los Encuestados .....	45
Ilustración 13 Situación de empleo de los encuestados .....	46
Ilustración 14 Barrios más concurridos por los encuestados .....	48
Ilustración 15 Características más buscadas por los clientes .....	50
Ilustración 16 Razones para no volver a contratar abogados.....	52
Ilustración 17 Materias más demandadas por los encuestados .....	53
Ilustración 18 Tabla cruzada Materias contratadas vs Estado Civil .....	54
Ilustración 19 Situación de empleo vs Contratación de Servicios .....	56
Ilustración 20 Lugar de residencia vs Materias Contratadas .....	61
Ilustración 21 Logotipo de CELI & ASOCIADOS LTDA.....	65
Ilustración 22 Tipografía usada en el logo de la empresa.....	67
Ilustración 23 Publicidad en Valla .....	78
Ilustración 24 Publicidad en parada de buses .....	79
Ilustración 25 Publicidad para periódico.....	80
Ilustración 26 Sección Inicio de la página web para "Celi & Asociados Ltda." .....	82

Ilustración 27 Sección Muestra de oficinas de la página web para "Celi & Asociados Ltda." .....	83
Ilustración 28 Sección Contactos de la página web para "Celi & Asociados Ltda." .	83
Ilustración 29 Sección fidelización de la página web para "Celi & Asociados Ltda." .....	84
Ilustración 30 Sección Información de la página web para "Celi & Asociados Ltda." .....	84
Ilustración 31 Sección Servicios de la página web para "Celi & Asociados Ltda." ...	85
Ilustración 32 Sección Contacto.....	86
Ilustración 33 Perfil del Facebook de "Celi & Asociados Ltda." .....	87
Ilustración 34 Publicidad en objetos .....	88

## Indie de Tablas

Tabla 1 Grado del contacto del cliente con consultorios jurídicos .....	16
Tabla 2 Medios de Comunicación más usados .....	18
Tabla 3 Satisfacción del cliente al contratar servicios jurídicos .....	20
Tabla 4 Medios de búsqueda de información para solucionar problemas jurídicos ..	22
Tabla 5 Numero de abogados en el Ecuador.....	23
Tabla 6 Tasas de Interés más utilizadas por empresas.....	30
Tabla 7 Variables de segmentación aplicadas a la investigación.....	35
Tabla 8 Descripción de la fórmula para calcular la muestra.....	38
Tabla 9 Calculo de la muestra.....	38
Tabla 10 Edad de los encuestados.....	43
Tabla 11 Sexo de los encuestados.....	44
Tabla 12 Estado civil de los Encuestados .....	45
Tabla 13 Situación de empleo de los Encuestados.....	46
Tabla 14 Ubicación geográfica de los encuestados.....	47
Tabla 15 Contacto de los encuestados con el mundo jurídico .....	49
Tabla 16 Contacto del cliente con el mundo jurídico .....	49
Tabla 17 Características que buscan los clientes de los consultorios .....	50
Tabla 18 Razones por las cuales no vuelven a contratar los encuestados.....	51
Tabla 19 Materias más contratadas por los encuestados.....	53
Tabla 20 Estado civil vs Materias Contratadas .....	55
Tabla 21 Tabla cruzada Situación de empleo vs Contrato abogado .....	56
Tabla 22 Sector de residencia vs Materia de la controversia .....	57
Tabla 23 Precio de los servicios de "Celi & Asociados Ltda." .....	72
Tabla 24 Calificación de factores críticos para la ubicación de las oficinas.....	75
Tabla 25 Segmentación en base a la materia más contratada por barrio. ....	79
Tabla 26 Cotización de Publicidad en objetos. ....	90
Tabla 27 Presupuesto Mensualizado del Plan de Marketing para "Celi & Asociados Ltda." .....	91

## **Resumen**

Celi & Asociados Ltda. es una empresa sin presencia en la web ni en redes sociales manejada de manera tradicional, el objetivo principal de este trabajo es la elaboración de un plan de marketing , el estudio de la situación interna y externa de la misma y realizar una investigación de cuáles son las demandas de sus potenciales clientes, para ello se realizó la recolección de datos por medio de encuestas y mediante el análisis cuantitativo nos ayudó a determinar cuáles son las características principales que buscan los clientes al momento de buscar asesoría legal. Gracias a los datos del estudio se desarrolló el Plan de Marketing que ayudará a la fidelización, competitividad y rentabilidad de la empresa implementando estrategias de producto, precio, plaza y promoción.

## **Palabras claves:**

Marketing Jurídico, Plan de Marketing, Estudio Mercado, Marketing Mix



## **Abstract**

Celi & Asociados Ltda. It is a company without a presence on the web or in social networks managed in a traditional way, the main objective of this work is to prepare a marketing plan, the study of the internal and external situation of the same and carry out an investigation of what are the demands of its potential clients, for this the data collection was carried out by means of surveys and by means of the quantitative analysis helped us to determine what are the characteristics main clients seek when seeking legal advice. Thanks to the study data, the Marketing Plan was developed that will help the company's loyalty, competitiveness and profitability by implementing product, price, place and promotion strategies.

### **Keywords:**

Legal Marketing, Marketing Plan, Market Study, Marketing Mix

A handwritten signature in blue ink, reading "Haeli Aiteaga". The signature is written in a cursive style with a horizontal line underneath the name.

## **Introducción**

El siguiente proyecto de investigación consiste en la propuesta para la elaboración de un plan de marketing para el consultorio jurídico “Celi & Asociados Ltda.”, ubicado en la ciudad de Quito. La necesidad de la implementación de un plan de marketing surgió en base a la problemática de que el sector de los servicios legales se ha estancado manejándose de manera tradicional a lo largo de los últimos años, existe un escaso uso del marketing en la mayoría de consultorios jurídicos, no existe un programa para captar clientes, promoción de productos ni fidelización de los mismos.

La propuesta que tiene este trabajo es romper los esquemas clásicos que tiene el sector jurídico para implementar estrategias de marketing que no solo se enfocan en incrementar las ventas si no que son un conjunto de estrategias que desarrollan el valor de la marca incurriendo en el diseño del producto, el precio, la distribución, el lugar y el cliente enfocándose en satisfacer las necesidades del mismo.

Para poder implementar estas estrategias se debe conocer al cliente que es lo más importante para la empresa, se deben implementar estrategias para conocer realmente cuales son las necesidades y cuáles son las características que ellos buscan al momento de buscar representación legal.

Para el desarrollo de este trabajo se estructura en: El primer capítulo, realizaremos el análisis de la situación actual del consultorio jurídico donde se analizará el funcionamiento interno de la empresa, seguido del capítulo 2 que es el análisis del sector externo donde intervienen los clientes, competencia y todas las variables externas que intervienen con las actividades del consultorio. En el capítulo 3 se desarrolla el estudio de mercado que busca descubrir las características de los clientes y cuáles son las necesidades y comportamientos de los mismos. El capítulo 4 se resume en la implementación del plan de marketing creado en base a la información recopilada en los anteriores capítulos para establecer las estrategias de producto, precio, plaza y promoción.

Este proyecto busca cumplir con fines propios y sociales siendo un proyecto innovador al implementar un plan de marketing a una empresa de servicios jurídicos que se caracterizan por manejarse de una manera muy tradicional.

## **Capítulo 1.**

### **Análisis de la situación actual**

#### **1.1. Antecedentes de la empresa.**

Celi & Asociados es un bufete de abogados que nace de la unión de dos profesionales del derecho el Ab. Pablo Celi y el Ab. Juan Carlos Celi con el fin de prestar servicios de asesoría legal. Los fundadores de este consultorio laboraban de forma individual, pero decidieron crear su propio bufete de abogados aportando la gran experiencia que tiene cada uno de los socios fundadores en las diferentes áreas del derecho, por lo que entendieron que podrían complementarse y crear un consultorio jurídico completo para competir en el mercado actual.

La empresa fue establecida en la superintendencia de compañías el 14 de noviembre del 2018, fue creada con la condición de una sociedad limitada, que forma parte del Sector de Actividad de Servicios Jurídicos según el Servicio de Rentas Internas del Ecuador, el capital social aportado por la sociedad al momento de la constitución de la empresa es de \$400 dólares.

El consultorio jurídico Celi & Asociados Ltda. se encuentra ubicado en la ciudad de Quito en la Oficina 501 de la Torre E, del edificio El Girón en las calles 12 de octubre y Veintimilla, diagonal a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

#### **1.2. Misión y valores de la empresa.**

##### **Misión**

Dar a nuestros clientes un trato preferencial con asistencia legal personalizada con profesionales multidisciplinarios, manteniendo la excelencia en la defensa de los intereses de nuestros clientes con el más alto nivel de seguridad jurídica, con eficacia, calidad, confianza y resultados.

##### **Visión**

Ser los abogados de excelencia de toda la región amazónica con expansión nacional e internacional contando con abogados altamente innovadores, eficientes y transparentes en cada uno de sus procesos.

## **Política Empresarial**

Para nuestra firma de abogados es prioridad la seguridad y salud ocupacional de todos nuestros colaboradores y clientes, así como la capacitación y formación constante de nuestros trabajadores, cumpliendo y observando la Ley. Estamos comprometidos con el medio ambiente minimizando y optimizando materiales. Nos evaluamos permanentemente para alcanzar las metas propuestas.

Los valores que sigue la empresa son los siguientes:

### **Confianza:**

La confianza es lo que se pretende transmitir a los clientes, crear un sentido de seguridad y tranquilidad en los clientes comenzando con la amabilidad de los trabajadores para crear un ambiente donde estos se puedan abrir y contar sus problemas, siguiendo de dar buenos consejos y buscar la solución más acertada para cada caso.

### **Responsabilidad:**

La responsabilidad del seguimiento y cumplimiento de cada caso que tome el bufete Celi & Asociados comprometiéndonos a garantizar los derechos de nuestros clientes.

### **Profesionalismo:**

Estamos comprometidos en cumplir con todo lo ofrecido, cada uno de nuestros profesionales trabaja con honestidad y respeto hacia nuestros clientes, nuestra política orientada a los resultados impide hacer promesas que no podamos cumplir.

### **Confidencialidad:**

Desde el momento en el que el cliente cuenta su problema comienza el privilegio de confidencialidad abogado – cliente donde toda su información se mantendrá privada.

### **Información:**

La empresa Celi & Asociados está comprometida en mantener informados a sus clientes en todas las etapas del proceso está garantiza la accesibilidad del cliente a la información de su caso sea mediante vía telefónica, correo electrónico, reuniones presenciales o mediante redes sociales.

### 1.3. Análisis interno.

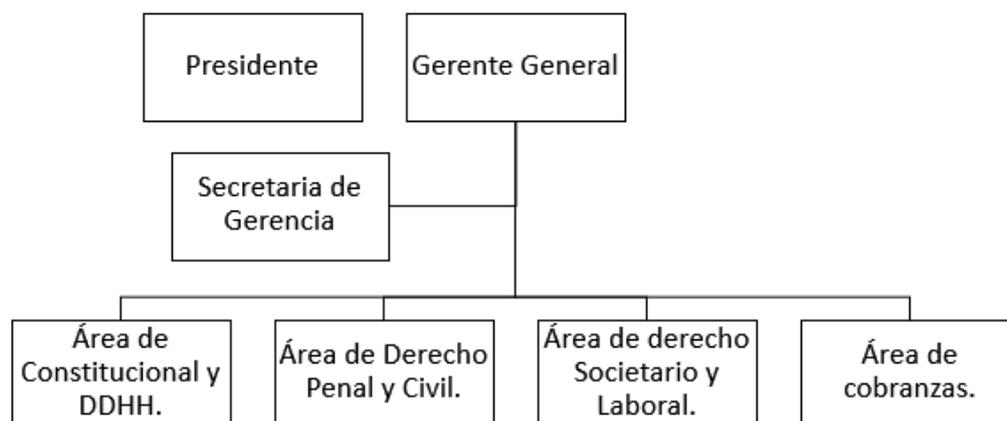
#### 1.3.1. Información general.

En nuestra calidad de bufete jurídico legalmente constituido se les ha ofrecido a todos nuestros clientes soluciones legales inmediatas a cada uno de sus requerimientos. Inicialmente nos orientamos a atender a personas naturales y empresas locales, hoy en día asesoramos empresas nacionales y multinacionales, guiándolas jurídicamente en la prevención de conflictos legales, y dándoles una atención personalizada a aquellos procesos ya iniciados con excelencia en la defensa de los intereses de nuestros clientes y en general a todo el público que requiera de nuestros servicios.

Producto de nuestra seriedad hemos ganado prestigio haciéndonos merecedores de la confianza de otras firmas del país, convirtiéndonos en corresponsales de las mismas en la Amazonia Ecuatoriana.

#### 1.3.2. Estructura organizativa.

Ilustración 1 Estructura Organizacional



Elaboración Propia.

#### **1.4. Operaciones y procesos.**

Celi & Asociados Ltda. trabaja con un tipo jerárquico organizacional donde se busca compatibilidad y flexibilidad para el buen funcionamiento del bufete así también garantizar resultados y buen trato con el cliente.

Los responsables son los abogados que son los que toman el primer contacto con el cliente, estos reciben toda la información necesaria para el inicio del trabajo, una vez que el abogado cuenta con la información para formar un criterio se realiza el análisis de la problemática, búsqueda en la jurisprudencia en caso de que el caso sea complejo, luego se plantean estrategias a seguir y búsqueda de herramientas legales para solucionar el problema de la manera más eficaz posible, las tareas más complejas serán realizadas por el personal de mayor experiencia y las tareas de menor complejidad serán realizadas por el personas con menor experiencia siendo siempre supervisadas por el abogado responsable.

#### **Metodología de trabajo**

En la empresa se aplica procesos preestablecidos para cada uno de los procesos que atendemos en base a la experiencia y a la ley, lo que garantiza un seguimiento permanente por nuestros colaboradores asignados al caso, para lograr que el proceso sea resuelto en el menor tiempo posible. Ofrecemos capacitación y actualización permanente sobre temas legales que requieran nuestros clientes de acuerdo al estado en el que se encuentre siempre aplicando una estricta confidencialidad y profesionalismo en cada uno de los casos.

#### **Área de Derecho Constitucional y DDHH.**

##### **Constitucional**

Nuestra experiencia se basa en los diferentes casos conocidos en materia constitucional en las diferentes garantías jurisdiccionales de conocimiento de la corte constitucional y casos especialísimos ante los jueces ordinarios, para lo cual contamos con especialistas en esta rama, tanto en la aplicación de normas constitucionales, legales e infra legales, así como en tratados internacionales de derechos humanos.

##### **Contencioso electoral y administrativo**

Tenemos la experiencia en temas contencioso electorales y administrativos para servir a organizaciones políticas, personas jurídicas, personas naturales en temas de derecho que corresponden conocer al tribunal contencioso electoral y consejo nacional electoral.

### **Otros servicios**

En cualquier ámbito del derecho nos encontramos preparados y con la eficiencia que merecen nuestros clientes, todos los servicios puntuales que usted requiera, le podemos ayudar apoyándonos con el personal técnico adecuado para servirle de la mejor manera.

### **Área de Derecho Civil y Penal.**

#### **Civil y penal**

En caso de requerirlos, nuestra firma cuenta con abogados de experiencia, habilidades y conocimientos. Nuestros abogados del área civil y penal le van asesorar con estrategias sólidas para obtener resultados favorables.

#### **Mediación**

La mediación es una forma de resolver conflictos entre dos o más personas, con la ayuda de una tercera que es imparcial, llamada mediador que tal como lo determina la constitución de la república del Ecuador es un medio alternativo eficaz para la solución de conflictos. Los mediadores no son jueces y no imponen soluciones; ellos buscan satisfacer las necesidades de las partes en disputa, regulando el proceso de comunicación y conduciéndolo por medio de unos sencillos pasos en los que, si las partes colaboran, es posible llegar a una solución en la que todos ganen. (Mediación Murcia , 2020)

La mediación es voluntaria, confidencial, y está basada en el diálogo. La mediación puede resolver conflictos tan solo con dialogo, y conociendo que esperan las partes el uno del otro, o del conjunto de necesidades que puedan ser solucionadas sin iniciar procesos legales.

#### **Propiedad Intelectual.**

Patrocinio y asesoría dentro de lo que significa la propiedad de los derechos de autor, derechos conexos y demás derechos derivados que tengan un respaldo tanto en la

normativa nacional como en los tratados internacionales que busquen la protección de los artífices de obras en todas las formas y tipos que se puedan presentar, específicamente nos especializamos en:

- Obtención de patentes.
- Obtención de marcas.
- Tutelas administrativas que denoten infracciones a los derechos de autor o derechos conexos.
- Litigios de primera y segunda instancia administrativa IEPI.

### **Área de Derecho Societario y Laboral.**

#### **Conocimiento del mundo empresarial.**

Una de las garantías principales de nuestro despacho para con los clientes, viene de la mano de una larga trayectoria de los integrantes de nuestro equipo en el campo empresarial, esto en razón de la diversidad de clientes que han proporcionado obtener una amplia experticia que avala la calidad del servicio independientemente de las peculiaridades de cada sector económico.

#### **Laboral**

Aportamos con soluciones innovadoras y adaptadas a las necesidades de cada cliente desde la contratación de personal, hasta su desvinculación con la empresa, brindando seguridad y confianza en el cumplimiento de las obligaciones empleador- trabajador, establecidas en la ley.

Mantenemos una actualización diaria sobre las principales modificaciones producidas en el ámbito laboral, entre otros, y sus relaciones entre el empleador y empleado y el método adecuado.

Nuestra área, está conformada por abogados especialistas en derecho laboral y seguridad social, altamente capacitados en las exigencias de las normas laborales, previniendo a nuestros clientes de las consecuencias que su transgresión genera a nivel empresarial y personal.

## **Asesoramiento de negocios**

Guiamos a nuestros clientes en sus nuevos emprendimientos y proyectos respaldándolos desde la creación del nombre de la empresa y constitución de la misma hasta su inicio de operaciones.

## **Bienes raíces**

Existe un área de asesores inmobiliarios especializados en alquiler, compra y venta de: casas, campamentos, fincas, oficinas y otros bienes inmuebles. Contamos con profesionales evaluadores.

## **Hidrocarburos**

Ofrecemos asesoría legal en los aspectos ambientales, salud y seguridad para las actividades en hidrocarburos, con especial énfasis en consultorías sobre las obligaciones y permisos requeridos para el desarrollo de las distintas actividades hidrocarburíferas, extracción de metales, etc.

## **Societario**

Acreditamos experiencia formal liderando equipos de trabajo de alto rendimiento especializados en prestar servicios de asesoramiento corporativo para sociedades comerciales locales y extranjeras. Tenemos experiencia en procesos de due diligence, elaboración de contratos de sociedades, estatutos y cláusulas especiales personalizadas de acuerdo a sus necesidades empresariales, inscripciones de sociedades nacionales e internacionales, asesoramiento en compra y venta de acciones societarias, reformas de estatutos de sociedades, tramitaciones en organismos específicos.

## **Servicios ofrecidos por la empresa.**

Existen diferentes planes al que puede acceder para la asesoría en temas de propiedad intelectual que se detallan a continuación:

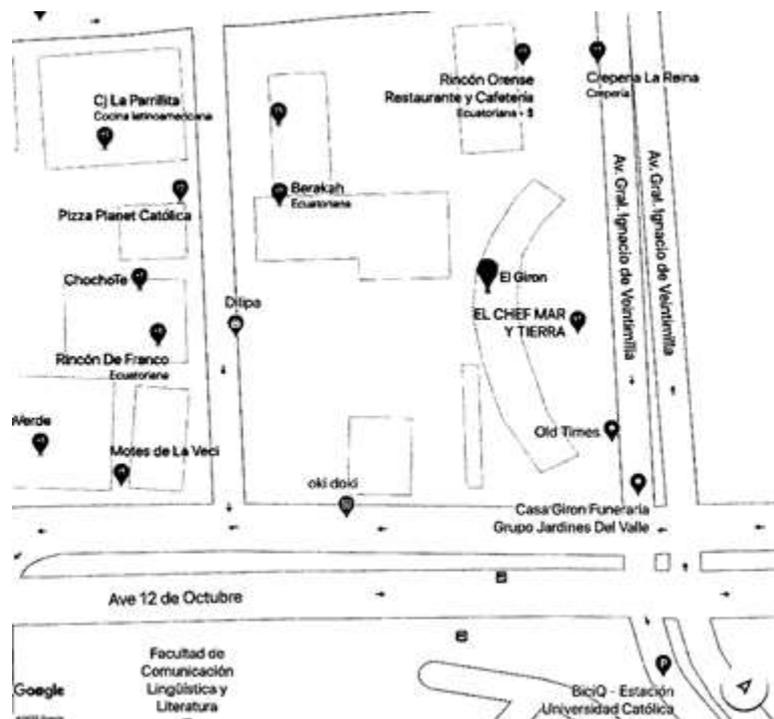
- Por hora este sistema le permite la asistencia legal valor hora.
- Preventiva es un sistema prepago mensual, en el cual usted tiene el derecho a un número acordado de consultas personalmente o vía telefónica.
- Especifico como su nombre lo indica el valor de la contratación será por trámite específico.

- Cobranzas (cartera vencida) consideramos el 5% por gestión; o el 10 % a la recuperación del monto siendo este variable al valor de la salvación.
- Corretaje por su especial conocimiento del mercado, nos ocupamos como agente intermediario en la tarea de comprar – vender –o alquilar, bienes inmuebles; relacionando a dos o más personas, con el fin de que celebren un negocio comercial.
- Beneficios la contratación de servicios de profesionales legales externos permite mayor control del cumplimiento legal empresarial y personal. Le brinda una mayor tranquilidad en sus actividades cotidianas haciendo lo que a usted más le gusta y nosotros encargándonos de lo demás. Por la atención que le sirva dar a la presente, le antelo mis más sinceros agradecimientos.

#### 1.4.1. Localización e instalaciones.

El consultorio jurídico Celi & Asociados Ltda. se encuentra ubicado en la ciudad de Quito en la Oficina 501 de la Torre E, del edificio El Girón en las calles 12 de octubre y Veintimilla, diagonal a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

#### Ilustración 2 Localización de "Celi & Asociados Ltda."



Fuente: (Google Maps , 2020)

Elaboración Propia

### **Ilustración 3 Foto del Edificio donde se ubican las oficinas**



Fuente: (Google Maps , 2020)

Elaboración Propia

Las oficinas se encuentran ubicadas en un lugar estratégico en el centro norte de la ciudad de Quito cerca de los principales centros judiciales y edificios muy importantes de oficinas y negocios de la ciudad.

Las oficinas se encuentran ubicadas en el 6to piso del edificio El Girón, estas se encuentran divididas por departamentos, establecidos en el organigrama de la empresa, además cuenta con sala de reuniones para la mayor comodidad de los clientes.

#### **1.4.2. Procesos internos.**

#### **1.5. Análisis de las capacidades.**

Las capacidades de la empresa están orientadas a combinar y formar recursos para realizar las actividades de la manera más eficaz y eficiente posible buscando el mejor resultado para nuestro cliente.

Estas capacidades se pueden identificar utilizando un criterio en base a los resultados o en el análisis de la cadena de valor del negocio.

Para el funcionamiento del bufete Celi & Asociados Ltda. se aplican diferentes recursos que son los recursos humanos y los recursos tangibles. Para la explicación de

estos comenzamos con los recursos humanos que son los conocimientos y las habilidades adquiridas por los profesionales según su especialidad que integran el bufete estos se dividen en dos tipos de recursos que son:

**Aplicabilidad de los conocimientos:** Estos se basan en la forma en que los profesionales aplican sus conocimientos para resolver un problema determinado, se trata de determinar la habilidad que tienen los abogados en aplicar el conocimiento teórico a la práctica del derecho.

**Dirección organizacional:** Se basa en la capacidad que tienen los profesionales del derecho para dirigir y supervisar tareas. Se basa en crear modelos formados por acciones individuales que dirijan la resolución de un caso determinado.

Por otro lado, tenemos las capacidades de los recursos tangibles estos son los recursos financieros, tecnológicos y activos que posee la empresa para realizar sus actividades normales, cada uno de estos recursos aportan un valor adicional a la actividad de la empresa.

## **1.6. Ventaja competitiva.**

La ventaja competitiva es una o varias características que tiene una empresa para diferenciarse de las demás, una gran ventaja catapultada a la empresa para competir con otras debido a que los clientes eligen esta característica por ser innovadora, diferente o que se adapte más a las necesidades de estos por lo que esto garantiza una mayor afluencia de clientes o que se pueda cobrar un precio mayor por el mismo producto lo que se traduce en mayores ingresos para la empresa.

Siendo Celi & Asociados una empresa relativamente nueva en el mercado de los servicios jurídicos esta se ha caracterizado por su excelencia en resultados y calidad en el trato de sus clientes, estamos preocupados por el bienestar de nuestros clientes por lo que se le da un trato preferencial y especializado a cada uno de ellos, una vez que llegan a nuestras oficinas se averigua que tema van a tratar y se lo deriva a el área encargada aquí se toman sus datos y el profesional encargado averigua la información necesaria sea esta para abrir un nuevo caso o el cliente llega para solo una consulta, en cualquier situación se abre un expediente del cliente donde se detallan en qué etapa del proceso y donde está la información del mismo para las respectivas notificaciones para que el cliente siempre este informado sobre el avance de su caso.

Además de estar comprometida con el bienestar de la sociedad, los derechos humanos y el medio ambiente. Para la empresa es parte fundamental el aspecto humano por lo que se preocupa en los más necesitados realizando actividades para ayudar a las personas sin recursos económicos. La empresa siempre está abierta a realizar acciones colaborativas con distintas sociedades sin fines de lucro para realizar actos en pro de la sociedad.

Ser miembro de estas iniciativas es beneficioso para el bufete ya que se crea una imagen de una empresa seria que se preocupa por el bienestar de la sociedad y que no solo se orienta en los objetivos económicos si no que tiene una visión social para ayudar a las personas que más lo necesitan.

Como segunda ventaja competitiva tenemos que la empresa cuenta con profesionales muy capacitados en las materias penal, civil y tributario que cuentan con años de experiencia y que están en la capacidad de enfrentar cualquier problema. Cuenta con alianzas con otros bufetes de abogados que complementan las áreas no especializadas. La empresa trabaja con personal 100% capacitado y está orientado a garantizar los resultados ofrecidos.

### **1.7. Análisis del catálogo de servicios.**

El consultorio jurídico Celi & Asociados Ltda. dispone una gran variedad de productos diseñados para satisfacer y resolver los problemas personales y empresariales además de cumplir las expectativas de los clientes.

Celi & Asociados en la actualidad representa o brinda asesoría a grandes empresas ecuatorianas que se involucran en el área financiera, de transporte, construcción, el sector público, energías renovables y no renovables, medioambiente y otros.

Celi & Asociados ofrece a sus clientes un variado catálogo de servicios jurídicos que comprende asesoramiento integral y especializado en todas las materias del derecho de la empresa estas son:

#### **Derecho Administrativo:**

- Contratación pública.
- Servicios de representación y defensa.
- Silencio administrativo.

- Impugnación de actos administrativos.
- Responsabilidad Extracontractual del Estado.
- Estudio de iniciativas público – privadas.

### **Civil**

- Divorcios
- Contratos
- Testamentos
- Separación de bienes
- Sucesiones.

### **Arbitraje:**

- Impugnación de laudos.
- Representación
- Arbitrajes.

### **Bancario.**

- Refinanciación
- Recuperación de cartera vencida.
- Representación y defensa.
- Asesoramiento de proyectos de inversión.

### **Societario.**

- Creación y constitución de empresas.
- Negociación de acciones.
- Planificación estratégica
- Planificación fiscal
- Mediación de conflictos.
- Defensa de la empresa en casos de competencia desleal, propiedad industrial, etc.
- Responsabilidad de los administradores.
- Defensa de empresas.
- Cumplimiento o resolución de contratos, facturas impugnadas.

- Reclamación de daños y perjuicios.
- Lucro cesante.

### **Tributario.**

- Reestructuración empresarial
- Soluciones integrales para empresas.
- Optimización fiscal
- Asesoramiento a fundaciones sin fines de lucro.
- Asesoría y defensa.

### **Asesoría.**

- Asesoría en temas en general.
- Asesoría en inversiones.
- Asesoría en comercio electrónico.
- Apoyo en aspectos financieros.
- Asesoría en aspectos laborales.
- Asesoría en temas tributarios.

### **Laboral.**

- Planificación laboral
- Compensaciones
- Negociación colectiva
- Prevención de riesgos laborales
- Conciliación
- Negociación individual
- Liquidación de trabajadores.
- Visto bueno.
- Elaboración de políticas y contratos.

### **Mercantil.**

- Asesoría de operaciones
- Soluciones específicas con problemas fiscales o jurídicos.
- Fusiones y adquisiciones

- Contratos mercantiles
- Distribución comercial
- Compra venta
- Propiedad industrial
- Propiedad intelectual
- Secretos empresariales.

**Penal.**

- Delitos tipificados en el Código Orgánico Integral Penal
- Delitos tributarios
- Delitos societarios
- Estafas
- Apropiación indebida
- Insolvencia fraudulenta
- Delitos laborales
- Delitos contra el medio ambiente.

## Capítulo 2. Análisis Externo

### 2.1. Análisis del consumidor

#### 2.1.1. Grado de contacto del cliente

El grado de contacto del cliente es muy importante para el manejo de un consultorio jurídico o bufete de abogados, debido a que nos da una visión clara de a que sitios acude el cliente al momento de buscar representación legal, en base a las encuestas realizadas se pudo determinar los siguientes datos:

#### Grado de contacto con consultorios jurídicos.

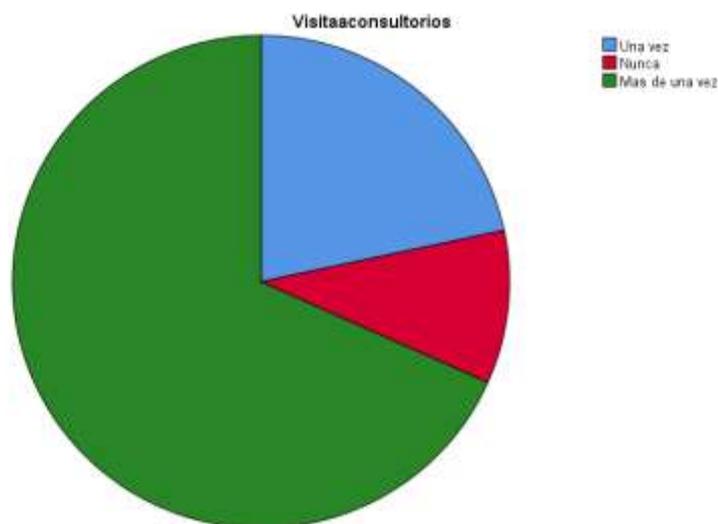
**Tabla 1 Grado del contacto del cliente con consultorios jurídicos**

##### Visita a consultorios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Una vez	84	21,6	21,6	21,6
	Nunca	39	10,1	10,1	31,7
	Mas de una vez	265	68,3	68,3	100,0
	Total	388	100,0	100,0	

Elaboración Propia

Ilustración 4 Visita a consultorios jurídicos



Elaboración Propia.

Lo que se pudo determinar en el estudio de mercado es que el 68,3% de los encuestados ha acudido más de una vez a un consultorio jurídico y es muy lógico debido a que por lo general los procesos judiciales son largos y requieren preparación, coordinación y el estudio detallado de cada caso lo que se traduce a que el cliente tenga en reiteradas veces regresar al consultorio para proseguir con el proceso, sigue el 21,6% que ha acudido una sola vez ya sea por un trámite simple o por asesoría y solo el 10,1% de los encuestados nunca ha visitado un consultorio jurídico es decir que los procesos que han tenido han sido atendidos por profesionales que no cuentan con oficina propia o sus procesos han sido seguidos por un familiar o amigo .

Estos resultados nos indican que los clientes tienen un alto grado de contacto con los consultorios jurídicos al momento de contratar representación legal, lo que es muy importante que Celi & Asociados cuenta con oficinas que se encuentran en una excelente ubicación y debidamente equipadas para satisfacer las necesidades del cliente.

### **2.1.2. Cómo selecciona el cliente un abogado.**

Los medios de comunicación que usa el cliente para contratar un abogado son muy importantes para el estudio del consumidor en el mercado jurídico ya que nos indica cuales son las principales fuentes de información a la cual acuden los clientes en busca de representación legal.

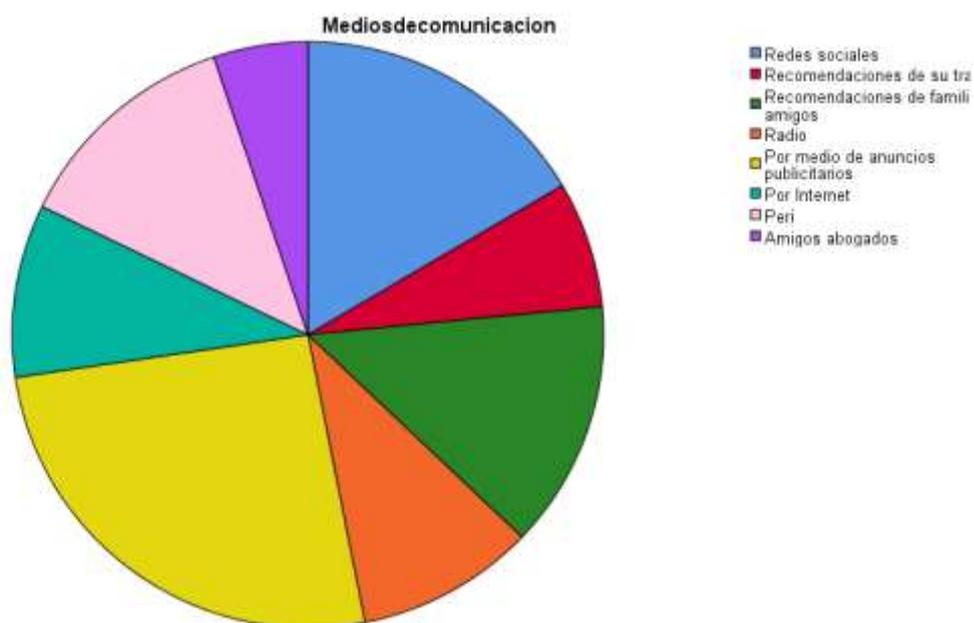
**Tabla 2 Medios de Comunicación más usados**

**Medios de comunicación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Redes sociales	64	16,5	16,5	16,5
Recomendaciones de su trabajo	27	7,0	7,0	23,5
Recomendaciones de familia o amigos	53	13,7	13,7	37,1
Radio	38	9,8	9,8	46,9
Por medio de anuncios publicitarios	100	25,8	25,8	72,7
Por Internet	37	9,5	9,5	82,2
Periódico	49	12,6	12,6	94,8
Amigos abogados	20	5,2	5,2	100,0
Total	388	100,0	100,0	

Elaboración Propia

**Ilustración 5 Medios de Comunicación más usados**



Elaboración Propia

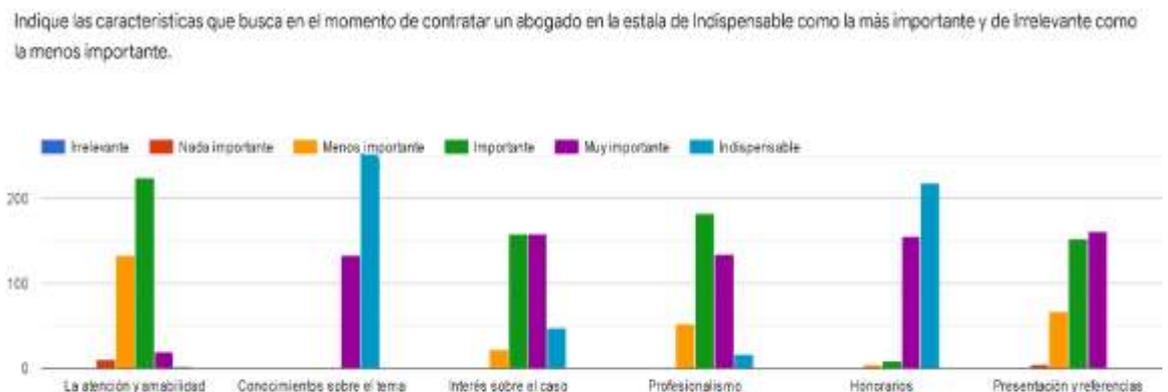
En base a las encuestas realizadas la mayoría de los clientes buscan información por medio de anuncios publicitarios que representa el 25,8% de los encuestados, en segundo lugar, lo ocupan las redes sociales con el 16,5%, en tercer lugar, se encuentra las recomendaciones de familia y amigos con el 13,7%, esto nos indica que la mayoría de los clientes al momento de buscar representación legal están ligados a recordar anuncios publicitarios.

Es interesante el cambio que ha tenido la sociedad en la forma en la que busca información, hace 10 años seguramente los datos serian completamente diferentes ya que por lo general el cliente que buscaba representación legal lo hacía directamente a su familia o amigos predominaba la recomendación boca a boca, en la actualidad la búsqueda de información es netamente on-line lo que nos indica que es fundamental que la información de nuestras empresas se encuentre en medios digitales.

### 2.1.3. Que busca el cliente del abogado.

Los clientes buscan una gran cantidad de características que deben tener los abogados al momento de contratarlos esto cambia dependiendo de las necesidades del cliente, pero en general podemos determinar 6 características fundamentales que la mayoría de personas que buscan asesoría legal necesitan para confiar y contratar a un abogado.

#### Ilustración 6 Características más buscadas por los clientes



Elaboración Propia

En base a los datos recopilados 66% de los clientes buscan como característica indispensable que el abogado sea especialista o tenga gran conocimiento sobre el tema, de igual manera otra característica esencial es el precio de los servicios o los honorarios pactados que se refleja en el 56,44% de los clientes que eligen esta característica como indispensable y en tercer lugar se encuentra la presentación y referencias como una característica muy importante al momento de contratar un abogado.

Estos datos nos indican que existen dos características indispensables que buscan los clientes que con la especialización en la materia del litigio y el precio de los honorarios.

#### **2.1.4. Fidelización de los clientes.**

En el mundo jurídico por lo general no se cambia de abogado hasta que termine el proceso salvo en casos excepcionales, por lo general las personas tienen una mala impresión de la profesión de abogado por lo que juzgan la profesión y les tienen miedo a los profesionales.

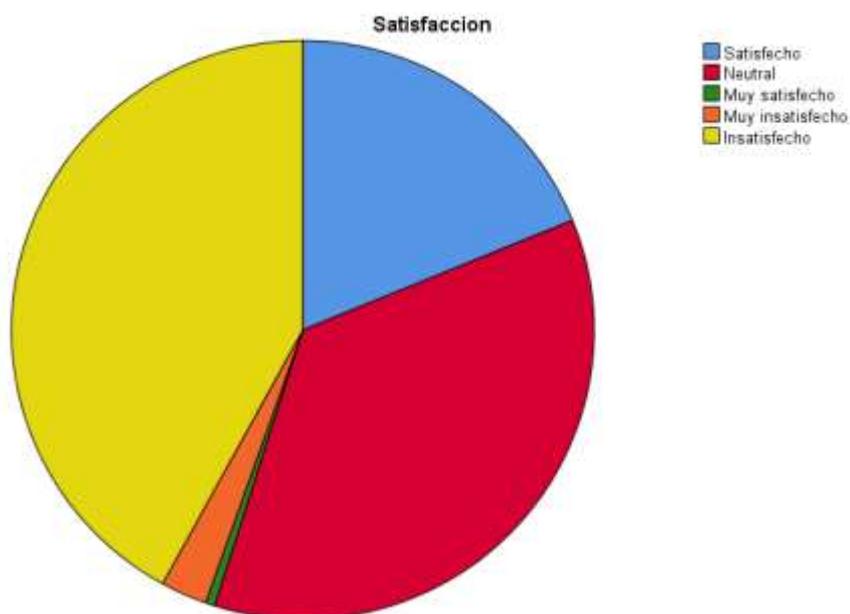
**Tabla 3 Satisfacción del cliente al contratar servicios jurídicos**

**Satisfacción**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Satisfecho	73	18,8	18,8	18,8
	Neutral	140	36,1	36,1	54,9
	Muy satisfecho	2	,5	,5	55,4
	Muy insatisfecho	10	2,6	2,6	58,0
	Insatisfecho	163	42,0	42,0	100,0
	Total	388	100,0	100,0	

Elaboración Propia

## Ilustración 7 Satisfacción del cliente al contratar servicios jurídicos



Elaboración Propia

En el estudio realizado logramos determinar que el 42% de los clientes se sienten insatisfechos en la forma de cómo se resolvió su problema jurídico y solo el 18,8% de los clientes se sentían satisfechos y el otro gran porcentaje tiene una decisión neutra con el 36,1%.

Lo que nos indican esos datos es que la mayoría de los clientes no están satisfechos con los resultados con sus actuales abogados lo que abre el mercado a nuevas contrataciones a profesionales serios que ofrezcan confianza y rapidez en los procesos.

### 2.1.5. Formas alternativas de solución de conflictos.

Los litigios legales en el Ecuador y en el mundo no son la única forma de resolver conflictos por lo general en temas donde se puede negociar se puede acudir a la mediación o arbitraje, pero también los clientes acuden a diferentes agentes los cuales son las principales opciones al momento de resolver un problema donde no se acude a contratar a un abogado.

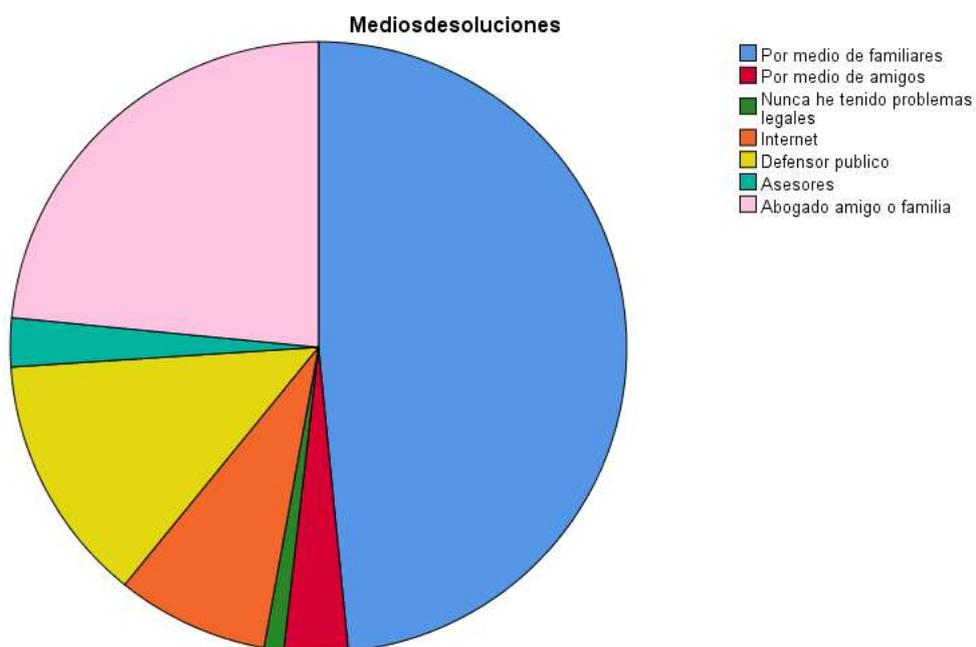
**Tabla 4 Medios de búsqueda de información para solucionar problemas jurídicos**

**Medios de solución**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Por medio de familiares	188	48,5	48,5	48,5
Por medio de amigos	13	3,4	3,4	51,8
Nunca he tenido problemas legales	4	1,0	1,0	52,8
Internet	31	8,0	8,0	60,8
Defensor publico	51	13,1	13,1	74,0
Asesores	10	2,6	2,6	76,5
Abogado amigo o familia	91	23,5	23,5	100,0
Total	388	100,0	100,0	

**Elaboración Propia**

**Ilustración 8 Medios de comunicación más consultados**



**Elaboración Propia**

Para búsqueda de consejo de cómo manejar un problema jurídico o como resolverlo el 48,5% de los encuestados acude al consejo de sus familiares, seguido del consejo de un abogado amigo o familiar.

## **2.2. Análisis del mercado y la competencia.**

### **2.2.1. El mercado jurídico en el Ecuador.**

El en Ecuador para el año 2020 existe según las proyecciones realizadas por el (INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2017) existen 17.510.643 millones de ecuatorianos de los cuales 2'781.641 residen en la ciudad de Quito esto representa un 15,88% de la población nacional convirtiéndola en la ciudad más densamente poblada del Ecuador y una de las más buscadas por los profesionales del derecho, el mercado jurídico es creciente en esta provincia aquí se encuentran laborando más de 17.000 profesionales del derecho según el Colegio de abogados del Pichincha estos son los que se encuentran registrados y existe una brecha de los que llegan de otras provincias y en promedio anualmente se incorporan 1000 nuevos abogados de las diferentes universidades de la capital.

Se estima que la fuerza laboral jurídica se distribuye de la siguiente manera en el Ecuador:

**Tabla 5 Numero de abogados en el Ecuador**

<b>Número de Abogados en el Ecuador</b>	
Ecuador	67.713
Azuay	7.502
Pichincha	17.654
Guayas	16.794
El Oro	4.892
Loja	3.942
Manabí	4.591
Otras Provincias	17.280

Fuente: Federación Nacional de Abogados.

Elaboración Propia.

Por lo que podemos notar la densidad poblacional de una ciudad determinar la cantidad de profesionales del derecho que operan en ella siendo Pichincha y Guayas las provincias con la mayor cantidad de abogados del país lo que representa una gran competencia entre profesionales, el 58% de estos profesionales trabaja en libre ejercicio de forma independiente, vinculados a bufetes o por prestación de servicios profesionales, el 36% trabaja en el sector público-privado y el resto no se dedica a ejercer la profesión.

Existe una gran oferta en el Ecuador de servicios jurídicos debido a la gran cantidad de profesionales que existen en la actualidad por lo que es de vital importancia que los profesionales tengan una propuesta de valor bien definida que los diferencie de los demás, por otro lado, existe la necesidad de determinar cuáles son las motivaciones de los clientes al momento de contratar asesoría jurídica.

### **2.2.3. Análisis de la competencia.**

En el Ecuador según el (INEC, 2010) existen un total de 6.642 estudios jurídicos de los cuales se concentran en la provincia de Pichincha un total de 1893, no existen datos exactos de cuantos estudios pertenecen a la ciudad de Quito, pero se estima que son un 70% de la existencia de la provincia lo que nos indica que existe una gran oferta de servicios jurídicos en la ciudad sumado a la gran cantidad de abogados que trabajan en libre ejercicio o por cuenta propia.

Para hacer el análisis de la competencia haremos una investigación en base a diferentes parámetros que son el área al que se dedica los estudios jurídicos, la ubicación, el tamaño de la empresa, sus ingresos y egresos, además si estos cuentan con página web y tienen presencia en redes sociales.

En base a estos parámetros hemos identificado a los estudios jurídicos que son más relevantes en el sector, los que se encuentran cerca de la ubicación de nuestras oficinas principales y los que son una potencial competencia directa por los servicios que ofrecen.

**Paz Horowitz Asociados**

**Fecha de constitución:** 14-04-2015

**Áreas de especialización:** Administrativo, laboral, corporativo

**Ubicación:** Calle del Establo s/n y Calle E a dos cuadras de la escuela de Equitación.

**Ingresos 2018:**

**Total, de ingresos:** \$2,796,778,73

**Total, de Egresos y Gastos:** \$2,563,623,01

**Utilidad antes de impuestos:** \$233,155,72

**Página web:** <http://www.pazhorowitz.com>

**Paginas en redes sociales:**

Facebook: No

Twitter: <https://twitter.com/PazHorowitz>

YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCAUojr0qdjGHqjS4tDa1G4w>

**Salinas Villacrés Abogados**

**Fecha de constitución:** 26-05-2014

**Áreas de especialización:** Corporativo y laboral

**Ubicación:** La pradera N30-258 y Mariano Aguilera. Edificio Santorini.

**Ingresos 2018:**

**Total de ingresos:** \$67,425,72

**Total de Egresos y Gastos:** \$59,888,47

**Utilidad antes de impuestos:** \$7,537,35

**Página web:** <https://www.salinasvillacres.com/>

**Paginas en redes sociales:**

Facebook: <https://www.facebook.com/SalinasVillacresAbogados>

Twitter: No cuenta

YouTube: No cuenta

**Bustamante & Bustamante Asociados Ltda.**

**Fecha de constitución:** 23-02-1981

**Áreas de especialización:** Derecho civil

**Ubicación:** Av. Patria E4-69 y Av. Amazonas frente al Hilton Colon

**Ingresos 2018:**

**Total de ingresos:** \$1,676,205,76

**Total de Egresos y Gastos:** \$1,646,139.42

**Utilidad antes de impuestos:** \$30,066.34

**Página web:** <http://www.bustamanteybustamante.com.ec>

**Paginas en redes sociales:**

Facebook: No cuenta

Twitter: No cuenta

YouTube: No cuenta

**Lauden Law**

**Fecha de constitución:** 28-02-2018

**Áreas de especialización:** Arbitraje, Contratación pública, corporativo, tributario y laboral.

**Ubicación:** Naciones Unidas E2-30 y Núñez de Vela.

**Ingresos 2018:**

**Total de ingresos:** \$17.883.41

**Total de Egresos y Gastos:** \$15.049.64

**Utilidad antes de impuestos:** \$2.833.77

**Página web:** <https://laudenlaw.com/area/administrativo/>

**Paginas en redes sociales:**

Facebook: <https://www.facebook.com/laudenlaw>

Twitter: No cuenta

YouTube: No cuenta

**ABZas Abogados**

**Fecha de constitución:** 21-10-2015

**Áreas de especialización:** Corporativo, cobranzas

**Ubicación:** Av. 12 de octubre N21-155 y Vicente Ramon Roca

**Ingresos 2018:**

**Total de ingresos:** \$38.365.51

**Total de Egresos y Gastos:** \$38.133.11

**Utilidad antes de impuestos:** \$232.40

**Página web:** <https://www.abzascobranzas.com>

**Paginas en redes sociales:**

Facebook: <https://www.facebook.com/abzascobranzas/>

Twitter: No cuenta

YouTube: No cuenta

**Puente & Asociados**

**Fecha de constitución:** 15-08-2005

**Áreas de especialización:** Societario, laboral, tributario, migratorio, contratación pública, negocios.

**Ubicación:** Av. Colon y Reina Victoria N25-33

**Página web:** <https://www.puenteasociados.com>

## Ingresos 2018:

**Total de ingresos:** \$673.962.33

**Total de Egresos y Gastos:** \$663.430.03

**Utilidad antes de impuestos:** \$10.532,30

## Paginas en redes sociales:

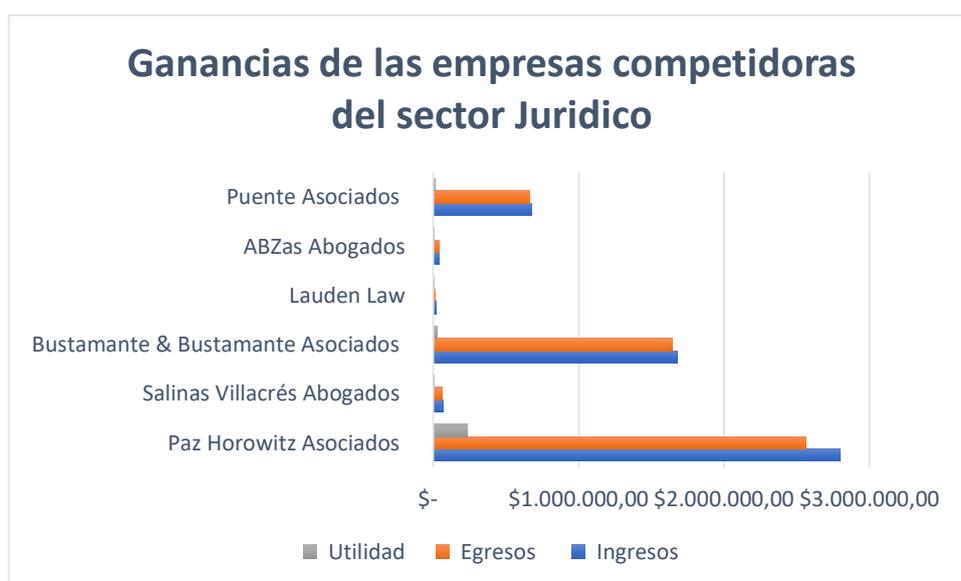
Facebook: <https://www.facebook.com/puente.asociados.estudio.juridico/>

Twitter: <https://twitter.com/PuenteAsociado>

YouTube: <https://www.youtube.com/user/abogadosdelecuador>

Analizando la competencia tenemos que existen empresas que facturan sobre el millón de dólares que son las que en teoría son las más confiables o que tienen una sólida base de clientes.

## Ilustración 9 Ganancias de las principales empresas en el Sector Jurídico de la ciudad de Quito



Fuente: (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2020)

Elaboración Propia

El competidor más fuerte es Paz Horowitz asociados es una empresa con grandes profesionales a su disposición y también tiene un gran manejo de marketing, en los últimos años se ha destacado por estar presente en varias redes sociales y ser muy activo en ellas, tiene su propia página web muy bien manejada además está presente en Facebook, Twitter y YouTube. Esta empresa comercializa varios servicios jurídicos en la línea empresarial, asesoría, en temas tributarios y laborales, esta es competencia directa por los servicios que ofrece.

La segunda empresa es Puente Asociados que tiene un gran manejo de marca y de marketing por redes sociales, si bien esta no tiene una gran base de clientes ha crecido paulatinamente gracias a la incorporación de nuevos profesionales y campañas de marketing que intentan despejar las dudas de sus clientes antes de empezar el proceso jurídico.

Las demás empresas se manejan en redes sociales, pero son inactivas, están enfocadas más a captar clientes por recomendaciones de clientes antiguos, estas se manejan por marketing tradicional sea por periódico o anuncios en la radio.

### **2.3. Análisis del Entorno.**

#### **2.3.1. Entorno Económico.**

El Ecuador en los últimos años arrastra un déficit fiscal y un endeudamiento externo que rodea el límite de lo constitucionalmente establecido, el año 2018 cerro con un PIB de 107.562,01 millones de dólares según datos del (Banco Central del Ecuador , 2020) el año 2019 la economía ecuatoriana solo creció un 0,1% respecto al año anterior esto se debe gracias a la caída radical del precio del petróleo. El PIB per cápita es de 6.318,48 ubicándose en el país con peor PIB per cápita de la región.

El país cerro el 2019 con una inflación negativa de -0,07% según el INEC lo que necesariamente no se traduce en positivo, este cambio se dio generalmente por la contracción económica que tuvo la economía a lo largo del año que se tradujo en la reducción de precios por parte de los productores para incrementar sus ventas, por otro lado el tratado realizado con la unión europea abarato una gran variedad de productos que se importaban de esta región, para marzo del 2020 el INEC publica que la inflación se ubica en el 0,20% lo que no refleja la realidad debido al impacto que tiene las

políticas implementadas para contener el COVID-19 debido que el precio de una gran cantidad de productos de primera necesidad ha incrementado notablemente.

La economía ecuatoriana ha podido sobrevivir gracias al dólar que es la moneda oficial que se maneja en el país, gracias a esto el país ha atraído una gran cantidad de inversionistas y personal capacitado que se establece en el país para obtener sus ganancias en dólares, existe una gran cantidad de estudios jurídicos que se han establecido en el país teniendo sus sedes centrales en el extranjero.

El riesgo país del Ecuador se encuentra en los 1979 puntos, ubicándose en uno de los países más riesgosos para la inversión solo después de Venezuela y Argentina. Se espera que el riesgo país incremente debido a la caída del precio del petróleo, el nivel gigantesco de corrupción que existe y la poca aprobación que tiene el gobierno tanto como a nivel local e internacional.

Sumándole a esto existen una gran limitante para el acceso de capital para los emprendedores, pequeñas empresas o para una persona natural en general, la excesiva burocracia y las altas tasas de interés que cobran los bancos es una de las principales limitantes que tiene el Ecuador para acceder al capital para emprender un nuevo negocio un ejemplo de las tasas de interés las observaremos a continuación en la siguiente tabla:

**Tabla 6 Tasas de Interés más utilizadas por empresas**

Tipos de Prestamos	Interés
Préstamos para Pymes	11,83%
Microcrédito Minorista	28,50%
Consumo Ordinario	17,30%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2020)

Elaboración propia

Se espera que la economía del Ecuador se reduzca en un 4% debido a la crisis mundial causada por el COVID-19 para el año 2020 y por la pérdida del precio del petróleo futuro, los ingresos esperados se ven limitados y se crearan un nuevo modelo de trabajo apoyado en la tecnología, el Ecuador entrara en un tiempo de desaceleración económica debido a que el tamaño del estado está siendo obligado a reducirse drásticamente, se deben implementar políticas económicas que permitan el desarrollo

de las empresas en el Ecuador para poder garantizar el empleo y la calidad de vida de sus habitantes.

En los últimos 10 años ha existido una sobre oferta de servicios jurídicos debido a la gran cantidad de profesionales que se encuentran laborando actualmente lo que ha hecho que los precios de los honorarios se hayan reducido gracias a la presión de mercado y a los ofertantes que brindan sus servicios a precios extremadamente bajos debido a que son profesionales independientes que no cuentan con oficinas o personal y ofrecen precios que no se pueden igualar ya que no tienen gastos fijos solo cobran por realizar escritos y pasar audiencias, además los clientes cada día son más exigentes y están más informados en referencia a las acciones que tienen que tomar y el precio que deben y quieren pagar en base al mercado que cada día está más saturado.

### **2.3.2. Entorno demográfico.**

El Ecuador cuenta con una población aproximada de 17.023.408 millones de personas, en la ciudad de Quito se encuentran más de 2,781.641 millones de habitantes actualmente se dividen en el 48,3% de hombres y el 51,7% de mujeres. (INEC, 2017)

El 48,2% de la población es un empleado privado seguido del 19,2% que labora por cuenta propia y el 12,5% que trabaja para el estado. Existe un aproximado de 7402 familias en la ciudad de Quito, el 56% de estas son natales de la ciudad y el 44% son foráneos.

En la ciudad de Quito existe una densidad de abogados de aproximadamente 0,37 abogados por cada 1000 habitantes, este número va en aumento cada año debido a que se incorporan nuevos abogados y existe una incorporación de foráneos que se dirigen a la capital ecuatoriana para ejercer la profesión.

### **2.3.3. Entorno cultural.**

En el Ecuador existe un conjunto de manifestaciones culturales en cada sitio al que vamos es una nación multiétnica y pluricultural así lo manifiesta la constitución del 2008 que garantiza la protección de la cultura y de los pueblos y nacionalidades que puedan existir dentro del territorio ecuatoriano.

El Ecuador cuenta con 24 provincias que están distribuidas por 4 regiones naturales claramente marcadas que son la costa, sierra, oriente y la región insular, cada una de

estas regiones tiene culturas totalmente diferentes, tanto como en gastronomía y en costumbres.

La percepción de la profesión de abogado en el Ecuador es muy negativa, a lo largo de los años se ha creado una falsa ilusión debido a que existen malos profesionales que buscan aprovecharse del desconocimiento de las personas y lucrarse con ello, en la actualidad gracias al acceso a la información y al cambio de actitud de los nuevos profesionales la percepción de los clientes está cambiando a pasos lentos entre menor contacto tenga el cliente o entre menos información tenga sobre temas legales mejor es la valoración.

#### **2.3.4. Entorno político – legal.**

En el Ecuador en la actualidad existe una inestabilidad política y legal, debido a el gobierno actual no cuenta con el respaldo de la asamblea para promulgar sus leyes y existe una inseguridad jurídica debido a que se expiden leyes en cualquier momento. El país está extremadamente normado existen más de 75 códigos que rigen al país y de estos se derivan reglamentos y leyes inferiores, además de las creadas por cada gobierno descentralizado, esta infinidad de leyes hace imposible la especialización de un abogado en diversos campos del derecho.

Legalmente los honorarios de los abogados están normados por el COGEP y la ley de federación de abogados del Ecuador que estipulan “Los honorarios profesionales serán estipulados entre el abogado y su cliente.”

Para las empresas jurídicas legalmente establecidas estas están reguladas por las entidades correspondientes que son la superintendencia de compañías y el SRI, en cuestión de publicidad los consultorios jurídicos están libres de cualquier regulación, pero están bajo la no publicidad de información que revele directa o indirectamente hechos o datos relacionados con sus clientes y sus causas.

#### **2.3.5. Entorno tecnológico.**

En los últimos 10 años hemos sido testigos de una evolución exponencial de la tecnología gracias a la globalización de internet, esto ha ayudado a que el mundo esté conectado en tiempo real. Esta evolución ayudada a que las personas ya no solo

dependan de un computador para tener acceso a internet si no que lo puedan hacer desde su celular directamente y estar conectado con todo el mundo.

El desarrollo de las empresas y su adaptación a la era digital ha ido de la mano con la evolución de la sociedad ya que los registros en papel han quedado prácticamente en el olvido. En la función judicial los procesos han sido tecnificados y cada proceso es digitalizado para evitar la pérdida de información de los documentos físicos.

Las empresas cada vez notan que su presencia en internet es indispensable, los despachos jurídicos han visto esta oportunidad de la misma manera hace 5 años apenas menos del 10% de consultorios jurídicos se promocionaba por internet, en la actualidad este número asciende a casi el 70%, la globalización prácticamente ha obligado a todo negocio a que sea registrado en la red para que el cliente sepa de su existencia o para facilitar la comunicación del cliente con el establecimiento.

Los sistemas inteligentes y software especializado para diferentes tipos de empresas son casi indispensables en estas épocas para poder controlar nuestro negocio de una manera más fácil y eficaz.

En Quito el 72,6% de la población cuenta con acceso a internet y 7 de cada 10 personas que residen en la ciudad de Quito tiene un celular activado de los cuales 66,9% de estos es un celular inteligente. (INEC, 2016)

El uso de las redes sociales, se ha extendido de una manera exponencial a la población actual, las preferidas para los consultorios jurídicos en el Ecuador es Facebook y Twitter debido a que son plataformas que permiten una mayor interacción con el tipo de cliente que busca un consultorio jurídico. De igual manera existen programas de CRM que son tecnologías relacionadas con la gestión y fidelización de los clientes que no son implementadas en los consultorios jurídicos debido al desconocimiento de los beneficios que tienen estos programas para las empresas que los usan.

## **Capítulo 3. Investigación de mercado.**

### **3.1. Definición del Problema**

La investigación planteada surge en base a la importancia de determinar cuáles son las características fundamentales que buscan los clientes al buscar representación legal, en esta investigación se buscara obtener cuales son los atributos, beneficios y expectativas que buscan los clientes al pensar en un abogado o un consultorio jurídico para resolver sus problemas.

### **3.2. Objetivos de la investigación**

#### **Objetivo General**

Elaborar un Plan de Marketing para la empresa Celi & Asociados Representación Y Asesoría Legal Ltda.

#### **Objetivos Específicos**

1. Analizar la situación actual de la empresa
2. Realizar un análisis del entorno externo de la empresa.
3. Realizar una investigación de mercado para determinar la cantidad de clientes potenciales y las características que buscan los clientes.
4. Construir un plan de marketing para la empresa Celi & Asociados.

### **3.3. Diseño de la investigación.**

El diseño de la investigación se lo realizara de acuerdo a la información que requerimos del cliente o consumidor de servicios legales, en primer lugar, el estudio de mercados se realizara para determinar cuáles son las características que buscan los clientes para contratar servicios jurídicos.

El primer paso es realizar el proceso de segmentación del cliente objetivo al que queremos encuestar, se trata de identificar cuáles son los factores esenciales que nos permiten analizar y segmentar el mercado de una manera más rápida y sencilla.

## **Variables de segmentación aplicadas a la investigación.**

**Tabla 7 Variables de segmentación aplicadas a la investigación**

<b>Variables Demográficas</b>	
<b>Edad</b>	De 18 en adelante
<b>Sexo</b>	Masculino – Femenino
<b>Estado Civil</b>	Soltero – Casado – Divorciado – Viudo – Unión libre
<b>Empleo</b>	Empleado – Desempleado – Jubilado
<b>Variables Geográficas</b>	
<b>Ubicación</b>	Quito – Ecuador
<b>Densidad</b>	Casco Urbano
<b>Variables Psicográficas</b>	
<b>Motivos de compra</b>	Necesidad, recomendación

Elaboración Propia.

### **3.3. Fuentes de recolección de datos.**

La técnica que se usara para la recolección de datos para el desarrollo de esta investigación serán las encuestas realizadas a potenciales clientes que hayan contratado representación legal para poder determinar las características que buscan al contratar representación legal. Se ha elegido este método ya que es el más fiable para recolectar los datos que necesitamos para nuestra investigación.

#### **Encuestas.**

Las encuestas serán realizadas vía online ya que es la mejor manera de establecer una comunicación directa con el grupo que va a ser estudiado, al realizar este tipo de encuestas se tiene grandes ventajas que son resultados en tiempo real, se puede llegar a más personas de una manera más rápida y económica, se tiene precisión en los datos proporcionados ya que estos son computados automáticamente evitando errores de conteo manual de las encuestas impresas.

El desarrollo de las encuestas se hizo específicamente para cumplir los objetivos de la investigación, las preguntas fueron redactadas de manera clara y precisa para que sea entendible y cordial con el encuestado, estas preguntas buscan que el encuestado sea

lo más sincero posible ante su experiencia y sus preferencias que tienen al momento de contratar representación legal.

Por medio de estas encuestas podremos resolver cuales son las cualidades que buscan los clientes, sus preferencias al momento de contratar asesoría legal, las formas de búsqueda, las características demográficas de clientes potenciales y cuáles son las materias en las cuales los clientes tienen más conflictos jurídicos.

### **3.4 Población de estudio.**

La población de estudio se realizara a todos los hogares del área urbana del Distrito Metropolitano de Quito, según el último Censo Nacional de Población y Vivienda, en Quito existen 763.719 hogares (INEC, 2011), el objetivo de presentar esta población es que se pueda identificar el mercado meta y estudiar las características de los consumidores de servicios jurídicos que puede ser cualquier miembro del hogar mayor de 18 años ya que desde esa edad toda persona es capaz de adquirir derechos y contraer obligaciones, este estatus nos indica que somos responsables de todas nuestras acciones. Por lo que el desconocimiento de la ley no exime de responsabilidad cualquier persona en alguna etapa de su vida puede o necesitará representación legal.

El mercado potencial, se ha considerado a cualquier persona que sea jurídicamente capaz, es decir que haya cumplido 18 años en adelante y que resida en la ciudad de Quito.

El mercado meta de la segmentación de mercado se determina en la aplicación de los factores que influyen que serían aquellas personas que sean jurídicamente capaces, que sean mayores de 18 años, que hayan tenido por lo menos una vez un conflicto jurídico y que hayan contratado representación legal, además que residan en el casco urbano de la ciudad de Quito y que estos sean claros, sinceros y estén dispuestos a compartir sus experiencias del proceso de la contratación de servicios legales y como se solucionaron sus conflictos.

### **3.5. Determinación de la muestra.**

Para determinar la muestra se utilizará un estudio cuantitativo como principal fuente de información, se realizará la recolección de datos por medio de un muestreo probabilístico ya que existe la posibilidad de que cualquier persona de la población

pueda ser seleccionada esto nos permite seleccionar a un pequeño grupo de personas de una gran población y obtener resultados representativos que coincidan con la población general.

Para realizar el análisis se reunió la información necesaria para delimitar la población que será estudiada, nuestra principal fuente de datos es el Instituto Nacional de Estadística y Censo que según su último censo realizado en el año 2010 la ciudad de Quito cuenta con 763.719 hogares estos datos serán usados para determinar la muestra de la población a través de la fórmula establecida de población finita.

Para lograr una recolección de datos más precisos será segmentado el estudio a personas mayores de 18 años en adelante que residan en el área urbana de la ciudad de Quito.

### **3.6. Cálculo de la muestra.**

El cálculo de la muestra parte una vez que es definida cual será la población a estudiar que en nuestro caso son los 763.719 hogares que existen en la ciudad de Quito.

Para determinar una muestra representativa hemos determinado anteriormente las bases fundamentales y las características que debe tener la población.

Para determinar el tamaño de la muestra usaremos la fórmula de poblaciones finitas.

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

Donde:

**Tabla 8 Descripción de la fórmula para calcular la muestra**

<b>Z=</b>	Nivel de confianza
<b>p=</b>	Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado.
<b>N=</b>	Tamaño del universo
<b>e=</b>	Error de estimación
<b>n=</b>	Tamaño de la muestra
<b>q=</b>	Porcentaje de la que no tiene el atributo deseado.

**Elaboración Propia.**

A continuación, se determinarán los datos que darán paso al cálculo de la muestra.

**Datos para el Cálculo de la muestra**

**Tabla 9 Calculo de la muestra**

<b>Z</b>	1,96
<b>P</b>	0,5
<b>q</b>	0,5
<b>N</b>	763.719
<b>e</b>	0,05

Elaboración propia.

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{1,96^2 * 763719 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (763719 - 1) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

Una vez computada la formula no arroja el siguiente resultado:

$$n = 383,967$$

Por lo que la muestra es de 384 personas a encuestar

### **3.7. Diseño del cuestionario.**

#### **Estudio de Mercado para Celi & Asociados**

Buenos días/tardes mi nombre es Gonzalo Torres estudiante de la Universidad del Azuay, la siguiente encuesta se realizará con fines académicos con el objetivo de la siguiente encuesta es determinar las características que buscan los clientes al momento de contratar representación legal.

#### **1. Selecciones el rango de edad en el cual se encuentre.**

18-30

31-40

41-50

51-60

Mayor de 60 años

#### **2. Sexo**

Masculino

Femenino

#### **3. Usted es:**

Soltero/a

Casado/a

Divorciado/a

Viudo/a

Unión de Hecho

Unión libre

#### **4. Por favor indique su estatus como empleado.**

Empleado a tiempo completo

Empleado a medio tiempo

Jubilado

Desempleado

**5. Seleccione el barrio de residencia.**

- Barrio Calderón
- Ciudadela México
- Barrio Zámbriza
- Barrio Villa Flora
- Barrio San Sebastián
- Barrio San Juan
- Barrio La Ronda
- Barrio Magdalena
- Barrio Loma Grande
- Barrio La Ecuatoriana
- Etc.

**6. ¿Alguna vez ha tenido que contratar un abogado?**

- Si
- No

**7. ¿Alguna vez ha visitado un bufete o consultorio jurídico?**

- Una vez
- Mas de una vez
- Nunca

**8. ¿A qué medios acude cuando piensa en contratar un abogado?**

- Recomendaciones de familia o amigos
- Amigos abogados
- Recomendaciones de su trabajo
- A través de anuncios publicitarios
- Por internet
- Asignado por la defensoría publica
- Otros

**9. Indique las características que busca en el momento de contratar un abogado en la escala de Indispensable como la más importante y de Irrelevante como la menos importante.**

<b>Características</b>	<b>Irrelevante</b>	<b>Menos Importante</b>	<b>Importante</b>	<b>Indispensable</b>
La atención y amabilidad				
Conocimientos sobre el tema.				
Interés sobre el caso				
Profesionalismo				
Honorarios Profesionales				
Presentación y referencias				

**10. Por favor, indique su satisfacción general sobre su experiencia al contratar servicios jurídicos.**

- Muy insatisfecho
- Insatisfecho
- Neutral
- Satisfecho
- Muy satisfecho

**11. Cuando visita un consultorio jurídico, ¿cuáles son las características en las cuales se fija?**

- Infraestructura del edificio
- Buena atención
- Ubicación
- Tiempo de espera para ser atendido
- Cuenta con WIFI

- Cuenta con sala de espera apropiada

**12. ¿Cuáles son las razones por las cuales no vuelve a contratar un abogado?**

- Malos resultados
- Alargar el proceso
- Honorarios no fueron los originalmente acordados
- Mal trato al cliente
- Desinterés por el caso.

**13. ¿Si ha tenido un problema legal cual ha sido la forma de resolverlo?**

- Por medio de amigos
- Por medio de familiares
- Asesores
- Internet
- Abogado amigo o familia
- Defensor publico
- Nunca he tenido problemas legales

**14. ¿De qué materia fue la controversia por la cual acudió a los servicios de un abogado?**

- Penal
- Societario
- Civil
- Contencioso Administrativo
- Laboral
- Tributario
- Otro: \_\_\_\_\_
- 

Gracias por su participación, terminamos la encuesta.

### 3.8. Análisis de resultados.

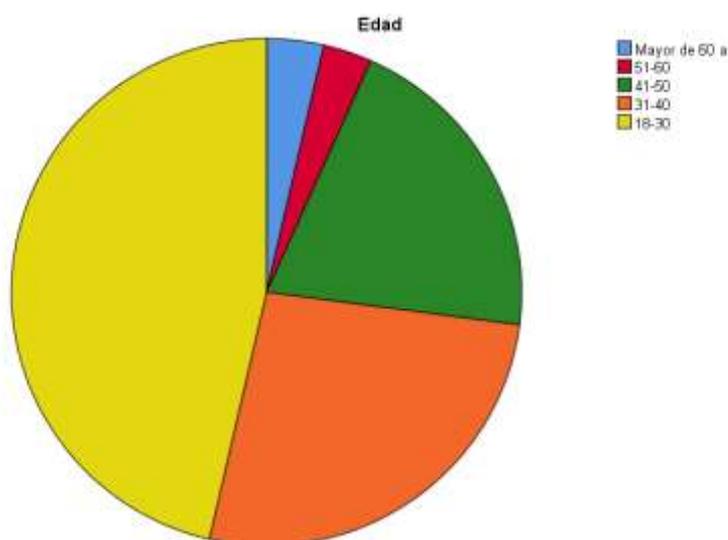
**Tabla 10 Edad de los encuestados**

Edad de los clientes

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mayor de 60 años	14	3,6	3,6	3,6
	51-60	12	3,1	3,1	6,7
	41-50	79	20,4	20,4	27,1
	31-40	103	26,5	26,5	53,6
	18-30	180	46,4	46,4	100,0
	Total	388	100,0	100,0	

Elaboración Propia.

**Ilustración 10 Edad de los encuestados**



Elaboración Propia.

Como podemos observar en el gráfico la mayoría de clientes se encuentran entre los 18 y 30 años que representa el 46,4% de los encuestados, seguido de los clientes de 31 a 40 y los de 41 a 50 años con un 26,5% y 20,4% respectivamente lo que nos indica que la mayoría de clientes se encuentra en el primer rango de edad sin embargo el mercado es un poco más homogéneo debido a que las encuestas fueron realizadas de

manera on-line estuvo dirigida a personas de un rango de edad más bajo que están más familiarizados con el uso de la tecnología.

Sabiendo esto las estrategias de segmentación y de marketing no deben estar exclusivamente dirigidas a personas jóvenes si no a todos los rangos de edad que tengan un problema jurídico que resolver.

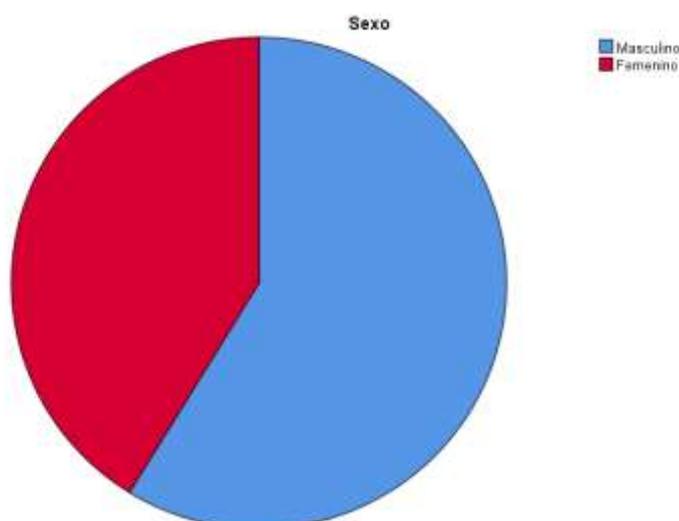
## Sexo

**Tabla 11 Sexo de los encuestados**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	228	58,8	58,8	58,8
	Femenino	160	41,2	41,2	100,0
	Total	388	100,0	100,0	

Elaboración Propia.

**Ilustración 11 Sexo de los encuestados**



Elaboración Propia.

Como podemos observar el sexo no es muy representativo ya que cualquier persona sea este de sexo masculino o femenino en algún momento de su vida tendrá que resolver un problema jurídico, pero el sexo masculino por tiene el 58,8% a diferencia del 41,2% del femenino que puede interpretarse a la naturaleza del hombre que es impulsivo lo que se traduce a más problemas legales, sin embargo no existe evidencia

de tal afirmación por lo que nos enfocaremos en los dos sexos al momento de captar nuevos clientes.

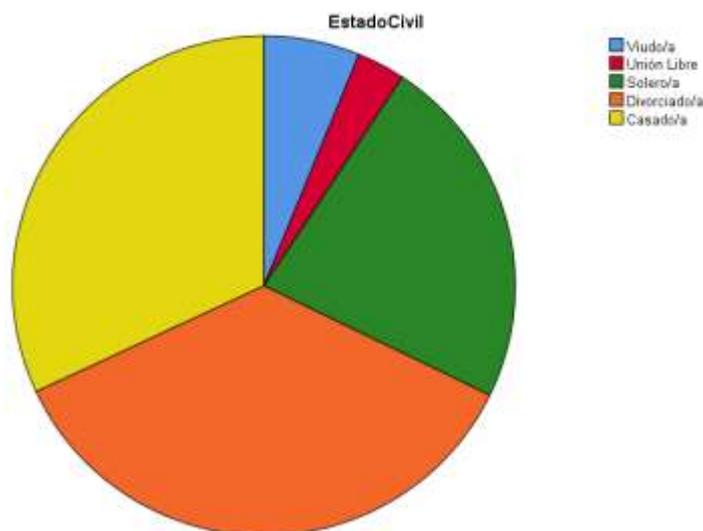
**Tabla 12 Estado civil de los Encuestados**

**Estado Civil**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Viudo/a	24	6,2	6,2	6,2
	Unión Libre	12	3,1	3,1	9,3
	Solero/a	89	22,9	22,9	32,2
	Divorciado/a	139	35,8	35,8	68,0
	Casado/a	124	32,0	32,0	100,0
	Total	388	100,0	100,0	

Elaboración Propia.

**Ilustración 12 Estado Civil de los Encuestados**



Elaboración Propia.

Uno de los aspectos demográficos que queríamos demostrar es el del estado civil de los encuestados ya que nos indica que el 35,8% de los encuestados es divorciado lo

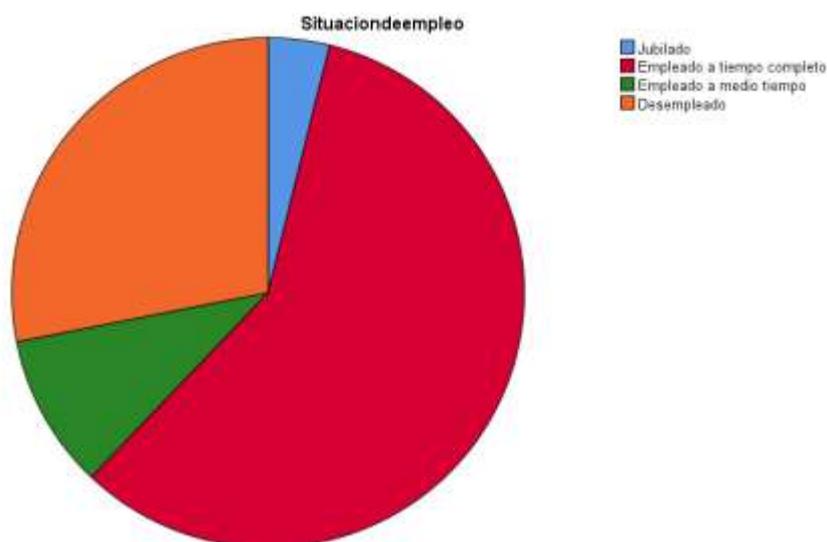
que confirma que ha pasado por un proceso jurídico al menos una vez en su vida, en segundo lugar tenemos a los casados con el 32% y a los solteros con el 22,9%.

**Tabla 13 Situación de empleo de los Encuestados**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Jubilado	15	3,9	3,9	3,9
Empleado a tiempo completo	226	58,2	58,2	62,1
Empleado a medio tiempo	38	9,8	9,8	71,9
Desempleado	109	28,1	28,1	100,0
Total	388	100,0	100,0	

Elaboración propia

**Ilustración 13 Situación de empleo de los encuestados**



Elaboración Propia

Como podemos observar en el gráfico la situación de empleo de los encuestados el 58,2% tiene un empleo de tiempo completo y el 28,1% está desempleado, lo que significa que nuestros esfuerzos deben estar dirigidos a personas con empleos de tiempo completo pero sin dejar a un lado a los desempleados que tienen situaciones jurídicas complejas dirigidas al ámbito civil, penal o laboral.

## Sector de Residencia

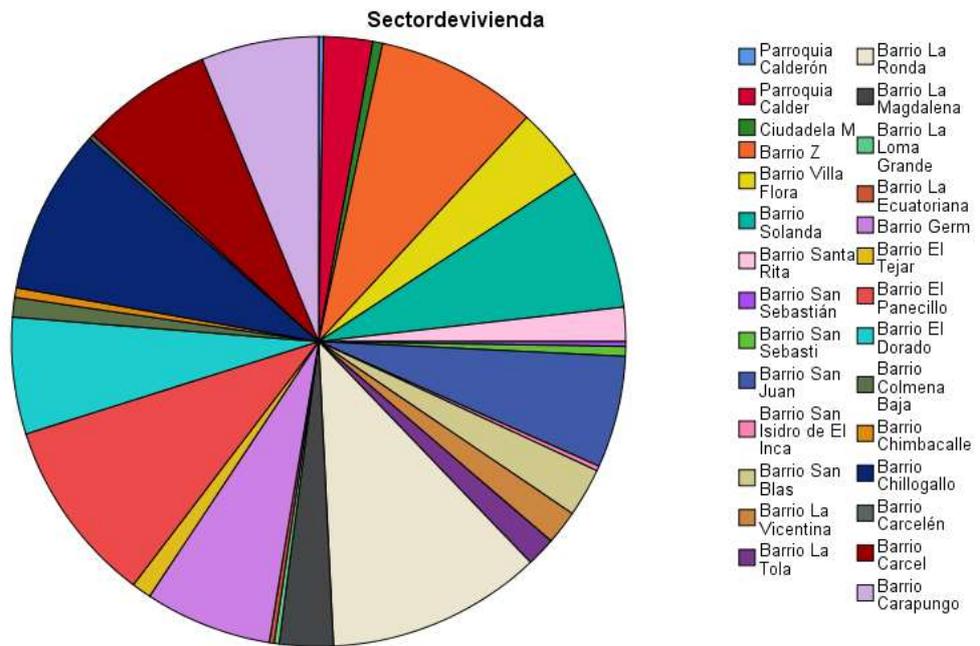
**Tabla 14 Ubicación geográfica de los encuestados**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Parroquia Calderón	1	,3	,3	,3
Parroquia Calderón	10	2,6	2,6	2,8
Ciudadela México	2	,5	,5	3,4
Barrio Zámbriza	33	8,5	8,5	11,9
Barrio Villa Flora	15	3,9	3,9	15,7
Barrio Solanda	29	7,5	7,5	23,2
Barrio Santa Rita	7	1,8	1,8	25,0
Barrio San Sebastián	1	,3	,3	25,3
Barrio San Sebastián	2	,5	,5	25,8
Barrio San Juan	23	5,9	5,9	31,7
Barrio San Isidro de El Inca	1	,3	,3	32,0
Barrio San Blas	10	2,6	2,6	34,5
Barrio La Vicentina	7	1,8	1,8	36,3
Barrio La Tola	6	1,5	1,5	37,9
Barrio La Ronda	44	11,3	11,3	49,2
Barrio La Magdalena	11	2,8	2,8	52,1
Barrio La Loma Grande	1	,3	,3	52,3
Barrio La Ecuatoriana	1	,3	,3	52,6
Barrio Germán Ávila	26	6,7	6,7	59,3
Barrio El Tejar	4	1,0	1,0	60,3
Barrio El Panecillo	38	9,8	9,8	70,1
Barrio El Dorado	24	6,2	6,2	76,3
Barrio Colmena Baja	4	1,0	1,0	77,3
Barrio Chimbacalle	2	,5	,5	77,8
Barrio Chillogallo	34	8,8	8,8	86,6

Barrio Carcelén	1	,3	,3	86,9
Barrio Carcelén	27	7,0	7,0	93,8
Barrio Carapungo	24	6,2	6,2	100,0
Total	388	100,0	100,0	

Elaboración Propia

### Ilustración 14 Barrios más concurridos por los encuestados



Elaboración Propia

Uno de los factores esenciales para la segmentación es determinar donde se encuentran nuestros clientes potenciales por lo que como podemos observar en el grafico número # las personas que han tenido problemas jurídicos están distribuidos por toda la ciudad en mayor concentración podemos ver que se encuentra el Barrio La Ronda en el centro histórico de la ciudad con el 11,3% de los encuestados seguido de los barrios El Panecillo, Chillogallo y Zambiza centro sur de la ciudad y el Barrio Carcelén al Norte de la ciudad de Quito.

## Contacto con el mundo jurídico

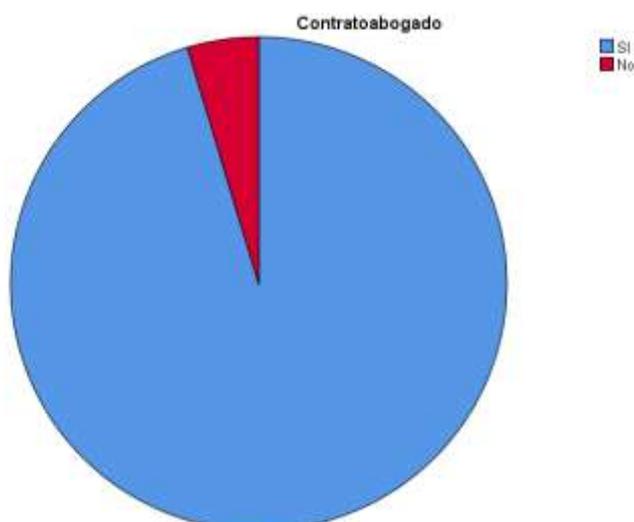
**Tabla 15** Contacto de los encuestados con el mundo jurídico

### Contrato con abogados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	370	95,4	95,4	95,4
	No	18	4,6	4,6	100,0
	Total	388	100,0	100,0	

Elaboración Propia

**Tabla 16** Contacto del cliente con el mundo jurídico



Elaboración Propia

En la encuesta esta pregunta era excluyente ya que para poder continuar se tenía que haber contratado a un abogado. Se tomo en cuenta a los 18 participantes debido a que habían tenido problemas jurídicos que fueron resueltos por medios alternativos en estos casos la mediación.

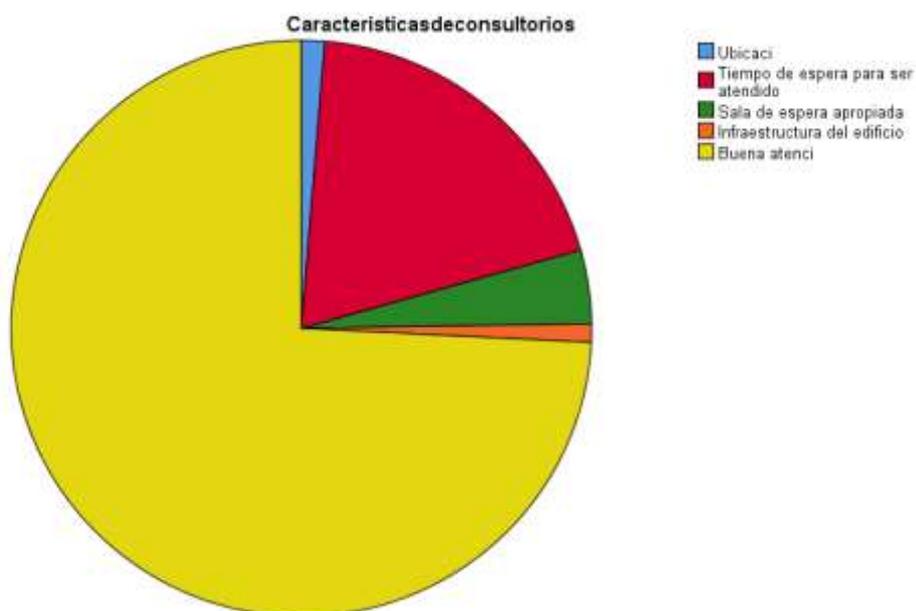
## Características que buscan los clientes de los consultorios

**Tabla 17** Características que buscan los clientes de los consultorios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Ubicación	5	1,3	1,3	1,3
Tiempo de espera para ser atendido	75	19,3	19,3	20,6
Sala de espera apropiada	16	4,1	4,1	24,7
Infraestructura del edificio	4	1,0	1,0	25,8
Buena atención	288	74,2	74,2	100,0
Total	388	100,0	100,0	

Elaboración Propia

**Ilustración 15** Características más buscadas por los clientes



Elaboración Propia

Los clientes que van a un consultorio jurídico principalmente buscan dos cosas, la primera es recibir una buena atención el 74,2% de los encuestados busca ser bien atendidos cada vez que visitan un consultorio jurídico y tienen mucha razón ya que la mayoría de clientes llega con miedo por los diversos problemas que tiene cada uno de ellos y esperan la mejor atención en el lugar donde van a recibir asesoría para resolver sus problemas.

El segundo factor más importante que consideran los encuestados es el tiempo de espera para ser atendidos el 19,3% está de acuerdo con esto, debido a la complejidad a la que puede llegar a tener cada caso en particular el tiempo de análisis para atender a cada persona es siempre variable por lo que en la mayoría de consultorios los clientes tienen que esperar mucho tiempo para ser atendidos y en la actualidad donde todo pasa cada vez más rápido es una característica indispensable ser atendido de manera rápida.

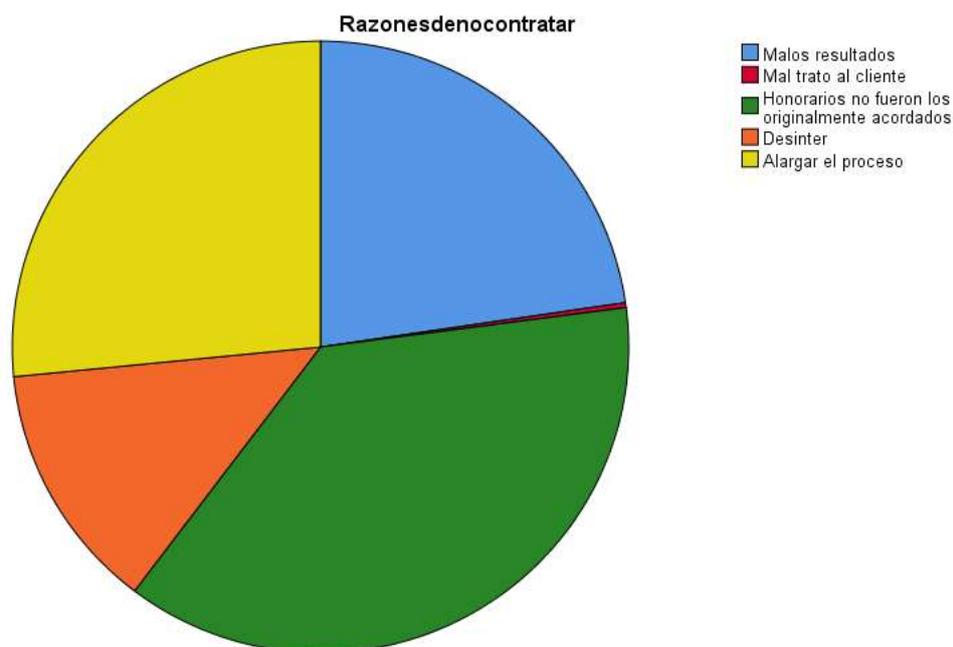
### **Razones por las cuales no vuelven a contratar**

**Tabla 18 Razones por las cuales no vuelven a contratar los encuestados**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Malos resultados	88	22,7	22,7	22,7
Mal trato al cliente	1	,3	,3	22,9
Honorarios no fueron los originalmente acordados	145	37,4	37,4	60,3
Desinterés del caso	51	13,1	13,1	73,5
Alargar el proceso	103	26,5	26,5	100,0
Total	388	100,0	100,0	

Elaboración propia

## Ilustración 16 Razones para no volver a contratar abogados



Elaboración propia

Según las encuestas realizadas el principal problema que tienen los clientes es que los honorarios no fueron los originalmente acordados con el 37,4% de los encuestados, el segundo problema más frecuente es que se alarga el proceso con el 26,5% seguido de los malos resultados con el 22,7%.

Como podemos observar la mayoría de clientes no vuelve a contratar un abogado porque al final no se respetan los honorarios lo que significa que se debe crear una política de precios donde se tome en cuenta todos los aspectos y se incluyan en el precio final que se le ofrece al cliente para evitar inconvenientes.

Alargar el proceso es una práctica que recurren los malos abogados que está ligada al principal problema que es no respetar los honorarios acordados, si bien en el Ecuador los procesos judiciales son largos existen abogados que alargan más para poder cobrar extra por lo que se debe asegurar con una política de precios adecuada y ofreciendo eficiencia y eficacia a los clientes para que el trámite se realice de la manera más rápida posible.

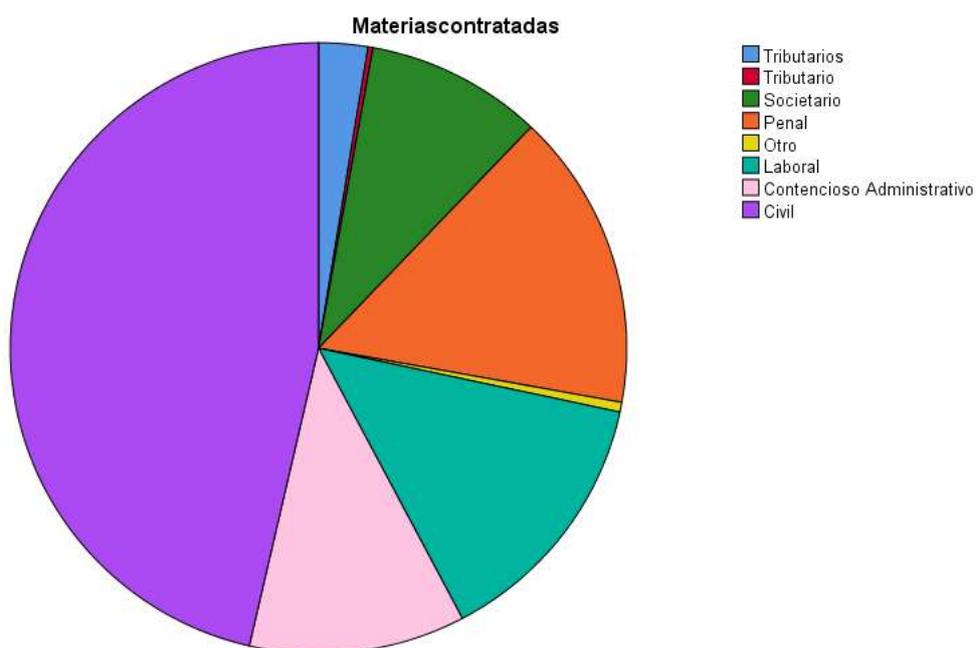
## Materias más contratadas por los clientes

Tabla 19 Materias más contratadas por los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Tributarios	10	2,6	2,6	2,6
Tributario	1	,3	,3	2,8
Societario	36	9,3	9,3	12,1
Penal	61	15,7	15,7	27,8
Otro	2	,5	,5	28,4
Laboral	54	13,9	13,9	42,3
Contencioso Administrativo	44	11,3	11,3	53,6
Civil	180	46,4	46,4	100,0
Total	388	100,0	100,0	

Elaboración propia

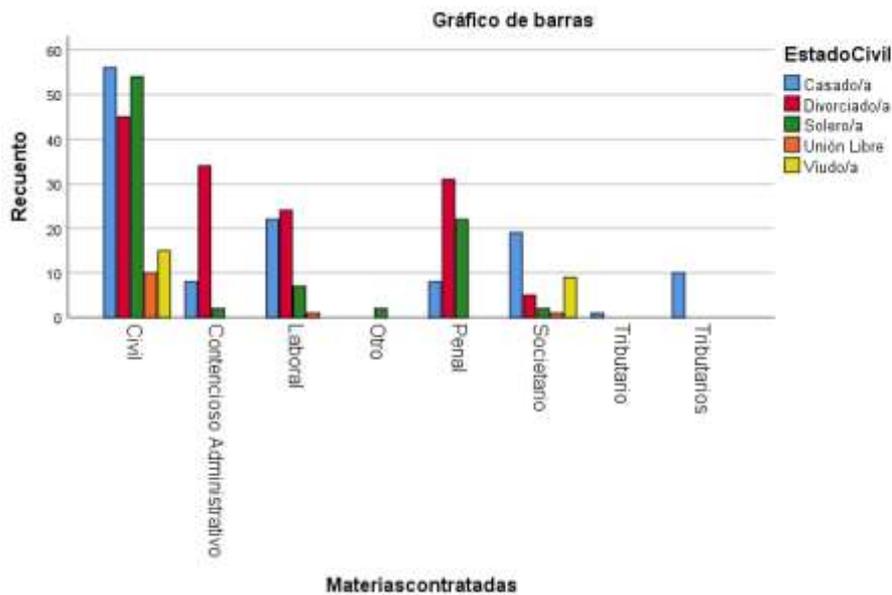
## Ilustración 17 Materias más demandadas por los encuestados



Elaboración propia

Como podemos observar la materia más contratada por los encuestados es la del Derecho Civil con el 46,4% y debido a la amplitud de la materia es la más demandada en la actualidad, le sigue el derecho penal con el 15,7% de los encuestados y pese a la amplitud de esta materia por lo general las personas tienden a negar que tienen o han tenido un proceso penal en su contra en tercer lugar tenemos a los problemas laborales que ocupan el 13,9% de nuestra tabla que también son comunes gracias a todas las protecciones laborales que tiene el trabajador.

**Ilustración 18 Tabla cruzada Materias contratadas vs Estado Civil**



Elaboración Propia

**Tabla 20 Estado civil vs Materias Contratadas**

		Estado Civil					Total
		Casado/ a	Divorciado/ a	Solero/ a	Unión Libre	Viudo/ a	
Materias contratada s	Civil	56	45	54	10	15	180
	Contencioso	8	34	2	0	0	44
	Administrativo						
	Laboral	22	24	7	1	0	54
	Otro	0	0	2	0	0	2
	Penal	8	31	22	0	0	61
	Societario	19	5	2	1	9	36
	Tributario	1	0	0	0	0	1
	Tributarios	10	0	0	0	0	10
Total		124	139	89	12	24	388

**Elaboración Propia**

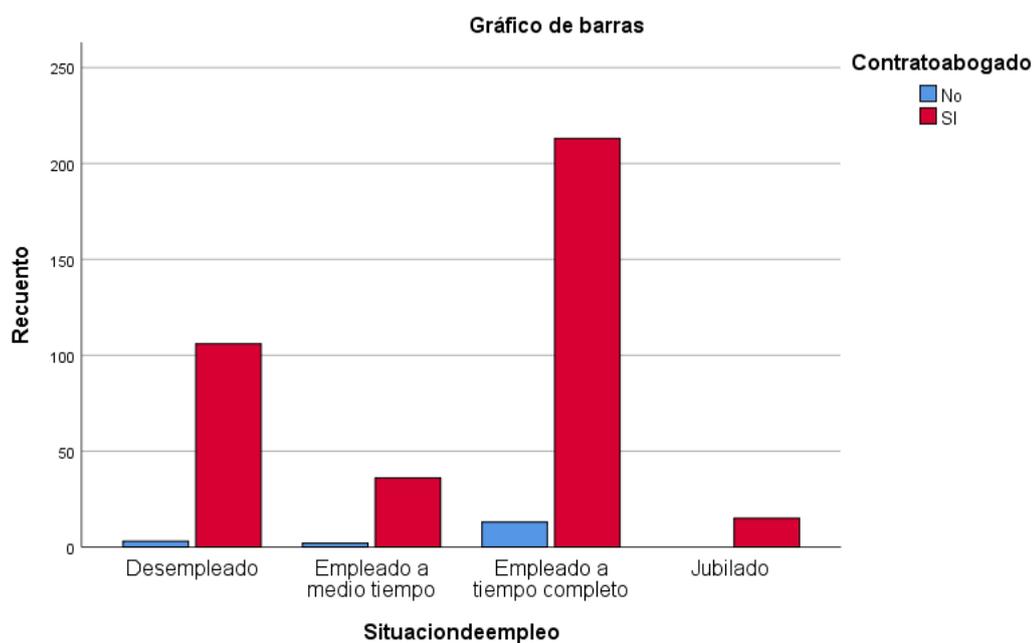
Podemos observar cómo influye el estado civil en las diferentes materias, en el Derecho Civil que engloba al divorcio y al matrimonio se encuentran la mayoría de los casados y divorciados que obligadamente tuvieron que pasar por ese proceso jurídico, en otras materias se comporta de manera aleatoria ya que no están ligadas al estado civil de la persona.

**Tabla 21 Tabla cruzada Situación de empleo vs Contrato abogado**

Situación de empleo		Contrato abogado		Total
		No	SI	
Situación de empleo	Desempleado	3	106	109
	Empleado a medio tiempo	2	36	38
	Empleado a tiempo completo	13	213	226
	Jubilado	0	15	15
Total		18	370	388

Elaboración Propia

**Ilustración 19 Situación de empleo vs Contratación de Servicios**



Elaboración Propia

El 54,89% de los encuestados con empleo fijo contrataron a un abogado para defender sus intereses seguido de los desempleados y empleados a medio tiempo.

**Tabla 22 Sector de residencia vs Materia de la controversia**

Sector	Parroquia	Materia de la controversia								Total
		Civil	Contencioso Administrativo	Laboral	Otro	Penal	Societario	Tributario	Tributarios	
de residencia	Parroquia Calderón	6	0	0	0	5	0	0	0	11
	Ciudadela México	0	0	0	0	0	2	0	0	2
	Barrio Zábiza	24	0	8	0	0	0	0	1	33
	Barrio Villa Flora	2	1	0	0	12	0	0	0	15
	Barrio Solanda	22	0	1	0	1	5	0	0	29
	Barrio Santa Rita	7	0	0	0	0	0	0	0	7
	Barrio San Sebastián	1	0	2	0	0	0	0	0	3

Barrio San Juan	12	1	2	0	1	7	0	0	23
Barrio San Isidro de El Inca	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Barrio San Blas	9	0	0	0	0	0	1	0	10
Barrio La Vicentina	2	1	2	0	1	1	0	0	7
Barrio La Tola	1	0	1	0	0	4	0	0	6
Barrio La Ronda	24	15	1	0	2	2	0	0	44
Barrio La Magdalena	2	9	0	0	0	0	0	0	11
Barrio La Loma Grande	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Barrio La Ecuatoriana	0	0	1	0	0	0	0	0	1

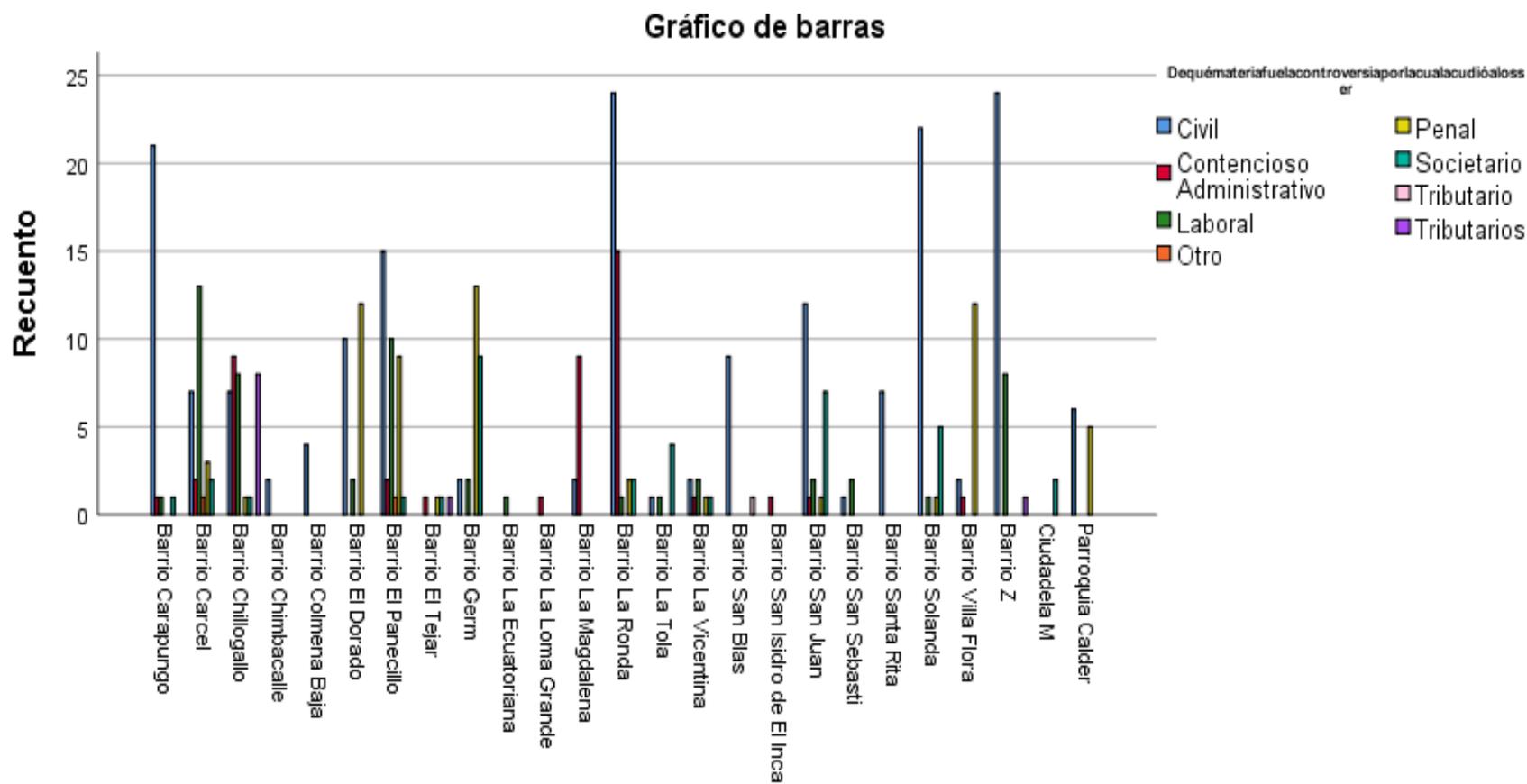
Barrio Germán Ávila	2	0	2	0	13	9	0	0	26
Barrio El Tejar	0	1	0	0	1	1	0	1	4
Barrio El Panecillo	15	2	10	1	9	1	0	0	38
Barrio El Dorado	10	0	2	0	12	0	0	0	24
Barrio Colmena Baja	4	0	0	0	0	0	0	0	4
Barrio Chimbacalle	2	0	0	0	0	0	0	0	2
Barrio Chillogallo	7	9	8	0	1	1	0	8	34
Barrio Carcelén	7	2	13	1	3	2	0	0	28
Barrio Carapungo	21	1	1	0	0	1	0	0	24
Total	180	44	54	2	61	36	1	10	388

Elaboración Propia

Esta herramienta no ayudara a segmentar el mercado debido a que existen una repetición de diferentes tipos de problemas dependiendo de los barrios, sean estos conflictivos o no por lo que al determinar cuáles son las materias que más contratan en los diferentes barrios se pueden dirigir y segmentar diferentes campañas de marketing usando la demografía y la geografía para lograrlo.

En el siguiente grafico observaremos como se divide la ciudad de Quito según las materias que más son contratadas en los distintos barrios de la ciudad:

**Ilustración 20 Lugar de residencia vs Materias Contratadas**



Elaboración Propia

## Capítulo 4. Plan de Marketing

### 4.1. Definición

El plan de marketing según Kotler & Keller (2012) define: “Es el instrumento central para dirigir y coordinar el esfuerzo de marketing el cual opera en dos niveles: estratégico y táctico. El plan de marketing establece el mercado meta y la propuesta de valor de la empresa con base en el análisis de las mejores oportunidades de mercado” (p36).

Alcaide, Bernués, Diaz, Espinoza, Muñiz y Smith (2013) indican: “El plan de marketing es un instrumento de planificación imprescindible para el correcto funcionamiento de cualquier empresa, independientemente de cuál sea su tamaño, del sector al que pertenece y de los recursos que dispone. Intentar que una empresa tenga éxito sin contar con la ayuda de un plan de marketing es como emprender un largo viaje en coche sin GPS y sin un destino claro” (p.67)

### 4.2. Estrategia de Segmentación.

Para que la empresa tenga un crecimiento a lo largo del tiempo sus esfuerzos de marketing deben estar dirigidos al segmento de clientes correcto, por lo que se implementaran estrategias de segmentación en base al desarrollo del mercado. En base al estudio de mercado a los clientes que usan los servicios jurídicos podemos homogenizar a nuestros clientes aplicando buscando las siguientes características:

**Demográficas:** Edad comprendida entre 18 y 50 años, hombres y mujeres por igual, de cualquier estado civil.

**Socioeconómicas:** Nivel de educación indiferente, Con empleo a tiempo completo

**Geográficas:** Definidos en base a la geografía y los principales problemas en el lugar de origen que residan en la ciudad de Quito.

**Psicográficas:** Usuarios activos de redes sociales.

Con una base formada con las características señaladas anteriormente, Celi & Asociados busca un cliente con un nivel socio económico medio-alto, personas que residan en la ciudad de Quito en un rango de edad entre los 18 y 50 años. Personas que tengan problemas jurídicos o consultas por resolver.

La estrategia escogida es la diferenciada ya que clasifica a los clientes dependiendo de la situación jurídica en la que se encuentre y en qué materia recae el problema que desea resolver.

El segundo enfoque al que está dirigido son a las empresas ya que existen planes empresariales que se adaptan a las necesidades de las mismas. Por lo que la segmentación se enfoca en empresarios o representantes legales de las empresas sean estas pequeñas, medianas o grandes que necesiten asesoría legal.

#### **4.3. Estrategia de Posicionamiento.**

“El posicionamiento se refiere al desarrollo de una imagen distintiva para el producto o servicio en la mente del consumidor, es decir, una imagen que diferenciará su oferta de la de los competidores, y comunicará fielmente al público meta que tal producto o servicio específico satisfará sus necesidades mejor que las marcas competidoras.” (Schiffman & Lazar Kamuk, 2010, pág. 10)

La estrategia de posicionamiento es muy importante en nuestro plan de marketing debido a que es una empresa relativamente nueva y es de vital importancia posicionarse en un mercado saturado de oferentes que ofrecen el mismo servicio sin distinción alguna, en base a nuestras encuestas la pregunta 9 nos plantea cuales son las principales características que buscan los clientes de consultorios jurídicos, la más buscada es la especialización, seguida de la fijación de honorarios y la atención recibida.

Con la información recopilada podemos formular una estrategia diferenciadora que se adapte a la empresa en este caso la estrategia de posicionamiento está enfocada en resaltar los puntos positivos de “Celi & Asociados Ltda.” y que están alineados con las características que buscan los clientes.

El posicionamiento se enfocará en resaltar las características del servicio que ofrece la empresa, la primera estrategia es la diferenciación por áreas en materia jurídica, se resaltará la especialización de cada uno de los abogados, para satisfacer las necesidades puntuales de los clientes que siempre buscan un experto en la materia de la controversia.

La segunda estrategia se enfocará en que cada cliente reciba atención personalizada, desde el primer contacto que tenga con la empresa, se le asignará un profesional especialista en la materia en base a sus necesidades, cada cliente recibirá información semanal o mensual

de su caso, además podrá consultar mediante las paginas oficiales o por medio de su abogado asignado cualquier duda que tenga sobre su caso.

La tercera estrategia que aplicaremos en las estrategias de posicionamiento es la fijación de honorarios como podremos observar en la Tabla 23 se han establecido precios fijos para determinadas acciones y las más comunes para brindar seguridad a los clientes, en los casos de que el caso no se encuentre determinado en la traba de precios se realizara un estudio del caso y un avalúo del mismo para determinar el valor de los honorarios para cada caso, el precio pactado se respetara hasta el final del caso.

Estas estrategias propuestas buscan resaltar las principales características que buscan los clientes, encaminados a diferenciarnos de consultorios jurídicos tradicionales que están enfocados en tomar la mayor cantidad de casos sin tener en cuenta las necesidades del cliente o si el consultorio tiene un especialista en la materia. Creando seguridad y confianza dando al cliente toda la información que necesita sobre su caso y pactando que los honorarios siempre serán los mismos desde que contrata el servicio hasta que termina el caso.

#### **4.4. Estrategia de Producto o servicio**

##### **4.4.1. Identidad corporativa**

La Identidad Corporativa de una organización tiene una influencia decisiva en todos los aspectos de la gestión de una organización. (Collins & Porras, 1995) señalan que la Identidad Corporativa orienta las decisiones, políticas, estrategias y acciones de la organización, y refleja los principios, valores y creencias fundamentales de la organización.

la identidad corporativa es la combinación de valores que unidos forman la visión global de la empresa, en pocas palabras es el significado visual y verbal que quiere transmitir la empresa al público objetivo.

El principal objetivo del desarrollo de la identidad corporativa de Celi & Asociados es que los clientes reconozcan e identifiquen nuestro estudio jurídico como referente de confianza y seguridad jurídica, siempre enfocados en defender los derechos de nuestros representados.

### **Nombre de la empresa.**

El nombre de la empresa surgió del prestigio obtenido por los dos socios fundadores lo que se tradujo en el uso de su apellido y en Celi & Asociados Ltda. El nombre de la empresa es fácil de recordar y de reconocer, es un nombre corto y que tiene como ventaja que está asociado directamente con el abogado que lo va a representar. En el momento de buscar nombres no existe ninguna otra empresa registrada en la Superintendencia de Compañías ni en el Registro Mercantil con el mismo nombre, lo que nos aseguramos de que no exista confusiones con otros estudios jurídicos.

### **Logotipo de la empresa.**

El diseño del logo de la empresa es un aspecto de vital importancia debido a que es la primera impresión que tienen los clientes de nuestra empresa. El diseño del logotipo de la empresa se lo realizó de una manera muy fundamental y teniendo en cuenta los colores para que sea un logo elegante y visualmente atractivo. Los elementos que forman el logotipo de Celi & Asociados son el símbolo y el nombre de la empresa.

### **Ilustración 21 Logotipo de CELI & ASOCIADOS LTDA.**



Elaboración Propia

El logo fue diseñado a partir de las iniciales de la empresa, de igual manera está rodeado por una esfera que busca transmitir confianza, es un símbolo elegante y que será fácil de reconocer.

Los colores corporativos que hemos usado son el amarillo, dorado en distintos tonos y el negro con más detalle podremos observar los colores implementados.

### **Colores implementados en el logo de Celi & Asociados Ltda.**

Colores primarios

**#FFC055**

**R - 255**

**G - 192**

**B - 85**

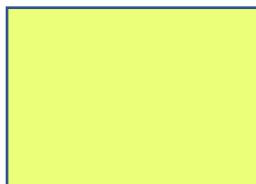


**#FFFE9F**

**R - 255**

**G - 254**

**B - 159**



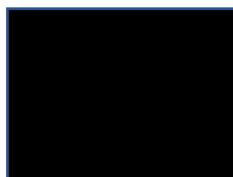
Colores Secundarios

**#000000**

**R - 0**

**G - 0**

**B - 0**



**#FFFFFF**

**R - 255**

**G - 255**

**B - 255**



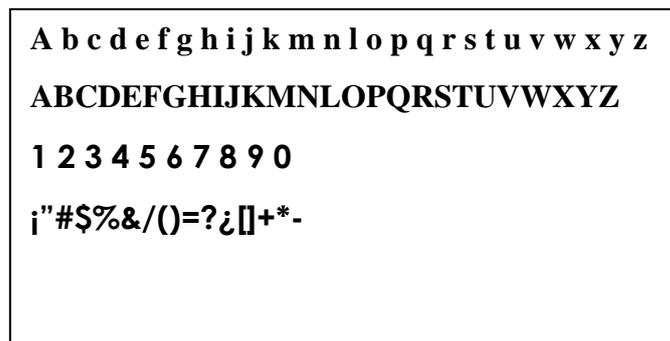
**Elaboración propia**

Estos colores serán usados en todos los productos publicitarios, existirá una variación a blanco y negro para el uso de productos de imprenta, pero siempre se respetará el uso de los colores empresariales.

### **Tipografía.**

La tipografía empleada en el logo empresarial es del grupo Century Gothic, a continuación, veremos la tipografía más detalladamente.

Ilustración 22 Tipografía usada en el logo de la empresa.



Elaboración Propia

#### **4.4.2. Descripción de los productos-servicios**

Las actividades que se realizan dentro del consultorio jurídico van encaminadas a solucionar todo tipo de problemas que el cliente presente, sea que necesite representación legal, asesoramiento, trámites administrativos, elaboración de planes de negocios, entre otras actividades. Los productos de Celi & Asociados están divididos por departamentos encargados específicamente en el área del derecho han sido asignadas.

#### **Departamento de Derecho Administrativo:**

- Contratación pública.
- Servicios de representación y defensa.
- Silencio administrativo.
- Impugnación de actos administrativos.
- Responsabilidad Extracontractual del Estado.
- Estudio de iniciativas público – privadas.

- Etc.

### **Departamento de Derecho Civil**

- Divorcios
- Testamentos
- Separación de bienes
- Sucesiones.
- Paternidad
- Proceso de adopción
- Pensión alimenticia
- Tutela
- Patria potestad
- Regulación del régimen de visitas a los hijos menores de edad.
- Capitulaciones matrimoniales
- Nulidad
- Repartición de bienes
- Legados
- Usufructo
- Cálculo de impuestos de herencias
- Etc.

### **Arbitraje:**

- Impugnación de laudos.
- Representación
- Arbitrajes.
- Etc.

### **Departamento de Derecho Bancario.**

- Refinanciación
- Recuperación de cartera vencida.
- Representación y defensa.
- Asesoría en Mercado de capitales.

- Asesoría en proyectos de inversión.

#### **Departamento de Societario.**

- Creación y constitución de empresas.
- Negociación de acciones.
- Planificación estratégica
- Planificación fiscal
- Mediación de conflictos.
- Defensa de la empresa en casos de competencia desleal, propiedad industrial
- Responsabilidad de los administradores.
- Cumplimiento o resolución de contratos, facturas impugnadas.
- Reclamación de daños y perjuicios.
- Lucro cesante.

#### **Fusiones y adquisiciones de empresas.**

- Operación y análisis para adquisición de empresas.
- Evaluación de activos
- Reestructuración de sociedades.
- Reestructuración de empresas.

#### **Mercantil.**

- Asesoría de operaciones
- Soluciones específicas con problemas fiscales o jurídicos.
- Fusiones y adquisiciones
- Contratos mercantiles
- Distribución comercial
- Compra venta
- Propiedad industrial
- Propiedad intelectual
- Secretos empresariales.

#### **Departamento de Derecho Tributario.**

- Reestructuración empresarial

- Soluciones integrales para empresas.
- Optimización fiscal
- Asesoramiento a fundaciones sin fines de lucro.
- Asesoría y defensa.

#### **Asesoría.**

- Asesoría en temas en general.
- Asesoría en inversiones.
- Asesoría en comercio electrónico.
- Apoyo en aspectos financieros.
- Asesoría en aspectos laborales.
- Asesoría en temas tributarios.

#### **Departamento de Derecho Laboral.**

- Implementación de políticas de contratación
- Ajuste de la plantilla laboral de acuerdo a la empresa.
- Planificación laboral
- Compensaciones
- Negociación colectiva
- Prevención de riesgos laborales
- Conciliación
- Negociación individual
- Formación de profesionales.
- Liquidación de trabajadores.
- Visto bueno.
- Elaboración de políticas y contratos.

#### **Departamento de Derecho Penal.**

- Delitos tipificados en el Código Orgánico Integral Penal
- Delitos tributarios
- Delitos societarios
- Estafas
- Apropiación indebida

- Insolvencia fraudulenta
- Delitos laborales
- Delitos contra el medio ambiente
- Contravenciones de todas las clases
- Etc.

### **Contrato de protección anual para personas naturales**

Celi & Asociados cuenta con un plan de protección ante cualquier eventualidad que pueda surgir en materia legal para el contratante principal y su familia.

Este plan incluye:

- Consulta telefónica los 365 días del año
- Consulta presencial en horarios de oficina
- En caso de accidentes asesoría inmediata
- Incluye protección en materias civiles, laborales, societarias, penales.

### **Contrato de protección anual para personas jurídicas**

Celi & Asociados cuenta con un plan de protección ante cualquier eventualidad que pueda surgir en materia legal en la empresa.

Este plan incluye:

- Consulta telefónica los 365 días del año
- Consulta presencial los 365 días del año.
- En caso de accidentes asesoría inmediata
- Incluye protección en materias civiles, laborales, societarias, penales, tributarias, mercantiles.
- Incluye costos legales hasta \$10.000 anuales.

## **4.5. Estrategia de Precio**

### **4.5.1. Precio de los servicios**

El mundo del derecho es muy extenso lo que imposibilita establecer un precio a cada trámite que se realiza por lo que Celi & Asociados ha establecido una tabla de precios referencial en diferentes tipos de trámites que son comunes en la mayoría de casos.

**Tabla 23 Precio de los servicios de "Celi & Asociados Ltda."**

<b>Consultas</b>	
Consulta presencial - 1 hora	\$40
Consulta telefónica – 1 hora	\$20
Consulta vía Zoom – 1 hora	\$30
Asesoría dentro de la ciudad	\$60
Asesoría fuera de la ciudad 40km a 200km	\$80
Asesoría fuera de la ciudad de 201km a 500km	\$140-\$200

<b>Derecho Civil</b>	
Divorcio por mutuo acuerdo sin hijos	\$500
Divorcio por causales	\$800 - \$1500
Nulidad del matrimonio.	\$1200
Capitulaciones matrimoniales	\$400
Testamento	\$600
Paternidad	\$600
Separación de bienes	\$1000 – Variable dependiendo la cuantía
Tramites en el registro civil	\$300
Pensión alimenticia	\$300
Adopción	\$800
Elaboración de contratos	\$400
Inquilinato	\$300 - \$2000
Tutela	\$500
Responsabilidad civil (indemnizaciones)	\$500-Variable dependiendo la cuantía.
<b>Derecho Societario</b>	
Creación y constitución de empresas	\$1500-\$3000
Elaboración de estatutos	\$1500
Asesoramiento Empresarial	\$1500
Evaluación de activos	\$300
Reestructuración de sociedades	\$1200
<b>Derecho penal</b>	

Infracción penal	Análisis de caso
Contravenciones penales	\$300 - \$3000
<b>Derecho Tributario</b>	
Impugnación pago indebido	\$200
Impugnación IR, IVA	\$300
Análisis tributario	\$500

Elaboración propia

#### **4.5.2. Formas de pago.**

La forma de pago en Celi & Asociados es en efectivo. Existen facilidades de pago a partir de montos mayores a \$1000 dólares, siendo un aporte del 50% o el 25% dependiendo de la cuantía al inicio del caso y en hasta tres cuotas hasta el final del caso.

Se propone incluir pagos con tarjetas de crédito en dos diferentes segmentos, la primera en pagos corrientes para pagos menores a \$1000 y pagos diferidos para pagos mayores a partir de \$1000, los pagos diferidos serán de 3 y 6 meses sin intereses, 12 y 24 meses con intereses.

Se propone implementar con pagos electrónicos en plataformas como Billetera móvil del banco del Pichincha y BdP Wallet del Banco del Pacifico que son las dos entidades principales con las que trabaja Celi & Asociados Ltda.

#### **4.6. Estrategia de Canales de distribución.**

La empresa Celi & Asociados no ofrece un producto físico como tal, ofrece servicios profesionales que son de carácter intangible, por lo que es de vital importancia la ubicación de sus oficinas ya que es la base de operaciones principal donde ejerce su actividad comercial.

Los pilares fundamentales de la estrategia de los canales de distribución que se emplearan son el estudio de la localización del consultorio y en segundo lugar se analizaran las vías de contratación de servicios que están siendo usadas y se analizaran las nuevas propuestas en base a los cambios que ha tenido el sector.

#### **4.6.1. Localización del Consultorio.**

Una de las decisiones más importantes que toman las empresas es donde ubicar sus operaciones, la localización de una empresa afecta tanto a sus costos y a sus ingresos. A medida que se va desarrollando el negocio la empresa obtiene los beneficios o sufre las consecuencias de haber elegido correctamente la ubicación de donde va a realizar sus operaciones.

La decisión de localización depende mucho del tipo de negocio, en el caso de Celi & Asociados debe estar enfocado en la afluencia de clientes y la cercanía de los centros donde se desarrollan todos los trámites jurídicos, siempre enfocados en dar la mayor facilidad a los clientes y en maximizar las utilidades del negocio.

Para definir la ubicación ideal tomamos el método de calificación de factores como base para definir la ubicación ideal, donde tomamos factores de éxito indispensables para la operación de la empresa y estos fueron calificados de manera objetiva para determinar el peso y fijar el lugar ideal donde deben estar ubicadas las oficinas de Celi & Asociados Ltda.

**Tabla 24 Calificación de factores críticos para la ubicación de las oficinas.**

Método de calificación de factores para la ubicación de Celi & Asociados Ltda.											
Factor	Ponderación	Centro Norte		Centro Sur		Sur		Norte			
		8,5	4,25	90	4,5	80	4	90	4,5	60	3
Costo de las instalaciones	0,05	8,5	4,25	90	4,5	80	4	90	4,5	60	3
Espacio	0,05	70	3,5	80	4	90	4,5	80	4	80	4
Densidad del Trafico	0,1	95	9,5	70	7	70	7	80	8	80	8
Cercanía con Edificios Judiciales	0,3	60	18	90	27	60	18	50	15	65	19,5
Parqueadero	0,2	40	8	70	14	80	16	70	15,6	76	15,2
Densidad poblacional	0,25	90	22,5	80	20	80	20	80	20	80	20
Cercanía con otros consultorios jurídicos	0,05	95	4,75	70	3,5	70	3,5	70	3,5	60	3
Total	1	70,5			80		73		70,6		72,7

Elaboración Propia

El mayor peso lo tuvo la ubicación centro norte debido a que esta cumple con todas las características que se busca para la maximización de beneficios de la empresa en base a su ubicación, en este sector se encuentran los principales edificios estatales y ubicaciones jurídicas de la ciudad, la relación costo y espacio es muy bueno, existe una densidad poblacional y de tráfico bastante alta lo que garantiza afluencia de clientes en la zona además de contar con parqueaderos cercanos.

Celi & Asociados se encuentra ubicado en el Barrio La Floresta en el centro norte de la ciudad de Quito, que está acorde con la ubicación recomendada por el método utilizado, las oficinas están ubicadas cerca de las principales universidades de la ciudad, edificios estatales, parqueaderos y en una de las calles principales del sector.

La ubicación de las oficinas cumple con todos los parámetros principales que se requieren para garantizar la satisfacción del cliente al estar ubicados en un sector estratégico de la ciudad cerca de edificios estatales, universidades y parqueaderos además de agilizar nuestros procesos al estar cerca de las entidades jurídicas competentes.

#### **4.6.2. Vías de contratación de los servicios ofrecidos.**

En Celi & Asociados brindamos todas las facilidades para que el cliente pueda satisfacer sus dudas de la manera más rápida y eficaz posible por lo que tenemos diferentes vías por las cuales puede contactarnos y contratar nuestros servicios estos son:

1. Atención en las oficinas principales.

Ubicadas en el Edificio El Girón, Oficina 501 de la Torre E, en las calles 12 de octubre y Veintimilla, diagonal a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

2. Mediante contacto telefónico.

Teléfono fijo: 022932932

Teléfono Celular: 0986441993

3. Correo electrónico.

Correo electrónico empresarial: [celiasociadoscialtda@hotmail.com](mailto:celiasociadoscialtda@hotmail.com)

Correo electrónico asignado por departamento:

[areacivilceliasociados@hotmail.com](mailto:areacivilceliasociados@hotmail.com)

[areapenalceliasociados@hotmail.com](mailto:areapenalceliasociados@hotmail.com)

Se puede acceder a contactarnos mediante un correo electrónico indicándonos sus principales dudas.

4. Mediante la plataforma Zoom.

Por medio de esta plataforma se acordará la fecha y la hora de la videoconferencia.

5. Mediante contacto por página web o redes sociales.

El cliente podrá contactarse por medio del chat de nuestra página web o por el chat de nuestra página de Facebook donde resolveremos sus principales dudas y agendaremos una cita.

#### **4.7. Estrategia de comunicación.**

Mediante la estrategia de comunicación buscamos que Celi & Asociados adquiera renombre y se posicione entre los consultorios jurídicos más conocidos en la ciudad de Quito, en base a las encuestas realizadas los clientes, la principal fuente de referencia son

los anuncios publicitarios, seguidos de las redes sociales y las recomendaciones de familia o amigos, en base a estos resultados dirigiremos la publicidad al segmento de clientes deseado para lograr los mejores resultados.

#### **4.7.1. Publicidad Tradicional**

La publicidad tradicional es uno de los principales medios masivos de comunicación en base a los datos recolectados los clientes de la ciudad de Quito sus principales fuentes de búsqueda de información o referencia están en primer lugar está la publicidad seguido de los periódicos y la radio por lo que enfocaremos nuestros esfuerzos en explotar estos medios tradicionales de comunicación para conseguir llegar a nuevos clientes, crear un sentido de pertenencia y confianza en los clientes mediante la publicidad expuesta en estos medios.

##### **Anuncio en Valla publicitaria.**

La valla publicitaria retroiluminada contará con la publicidad expuesta en la imagen y estará ubicada en la Av. Amazonas una de las principales avenidas de la ciudad con un gran movimiento diario de automóviles además de ser la vía principal para llegar a la Corte Nacional de Justicia y a la Corte Provincial de Justicia de Quito, lo que refuerza el mensaje al estar en una vía transitada por clientes potenciales.

## Ilustración 23 Publicidad en Valla



### Elaboración Propia

El costo fijado para la elaboración de la valla es de aproximadamente \$350 dólares más los costos mensuales por el alquiler del sitio que suman entre los \$1000 y \$1500 dólares mensuales.

### **Anuncios en las paradas de buses.**

Se colocará anuncios publicitarios en paradas de buses que sean estratégicas dependiendo del barrio en la que estén ubicadas en base a los datos recolectados se adaptara la publicidad dependiendo de la materia que más se ha contratado el barrio.

En el siguiente cuadro exponemos la segmentación por barrio y materia:

**Tabla 25 Segmentación en base a la materia más contratada por barrio.**

Plan de Publicidad por Barrio y Materias más Demandadas	
Barrio La Ronda	Publicidad en Derecho Civil
Barrio Villa Flora	Publicidad en Derecho Penal
Barrio Carcelén	Publicidad en Derecho Societario
Barrio Carapungo	Publicidad en Derecho Civil
Barrio El Panecillo	Publicidad en Derecho Civil y Penal
Barrio Chillogallo	Publicidad en Derecho Laboral

Elaboración Propia

Se especificará la especialización de la materia con mensajes positivos para fomentar la confianza de los potenciales clientes, además del logo de la empresa, número de contactos y código QR para acceder a la página de Facebook oficial. A continuación tenemos un ejemplo de la publicidad en paradas de buses de la ciudad de Quito.

**Ilustración 24 Publicidad en parada de buses**



Elaboración Propia

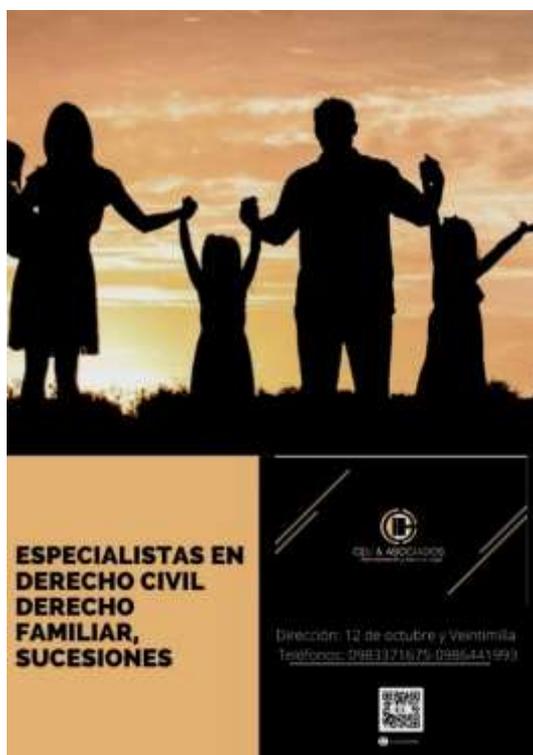
El costo de la impresión de estos anuncios es de \$90 dólares, los costos mensuales y permisos deben ser tramitados mediante el municipio Metropolitano de Quito y con la empresa de transporte de pasajeros del municipio de Quito, el costo del espacio es de \$120 dólares mensuales.

## **Anuncios en el periódico.**

Los anuncios publicitarios serán publicados en el periódico de mayor demanda en la ciudad de Quito que es el Diario El Comercio, que tiene como público principal los lectores de la ciudad de Quito pero también es un diario que se comercializa a nivel nacional por lo que incrementa la llegada a potenciales clientes no solo en la ciudad sino también de nuevos clientes fuera de ella, las publicaciones se las realizarán el primer y último domingo de cada mes por el lapso 6 meses, los anuncios serán diferentes cada mes exponiendo las diferentes especialidades en las que se dedica nuestra empresa.

A continuación veremos el primer anuncio en el periódico, estos cambiarán por mes y por especialidad.

### **Ilustración 25 Publicidad para periódico**



Elaboración Propia.

El precio de la publicidad en el diario El Comercio es de \$358,40 por un anuncio full color, de un tamaño de 8,44cm de ancho por 7,43cm de alto estos serán publicados dos veces al mes por 6 meses lo que nos da un costo total de \$2150,40

## **Anuncios por la Radio.**

Realizaremos también un comercial por las dos radios de mayor audiencia en la ciudad de Quito, los comerciales se realizarán de lunes y miércoles de la primera semana de cada mes durante 6 meses en el horario de 1pm a 2pm y de 6pm a 8pm. Es el horario que por lo general las personas salen a la hora de almuerzo y a la hora de regresar a sus hogares después de su jornada laboral que es el espacio donde más se sintonizan las estaciones de radio.

El comercial brindará información sobre el nombre de la empresa y los profesionales, especificará las especialidades que se manejan, dirección y números de contacto.

El costo de la cuña publicitaria que será de 39 segundos de duración tiene un costo de \$15 dólares por publicación en el horario indicado, el costo total de la publicidad será de \$1560 dólares anuales.

### **4.7.2. Publicidad por medios no tradicionales.**

La publicidad por medios no tradicionales o en línea cada vez va tomando una mayor importancia en nuestra vida diaria y en el marketing utilizado por las empresas, este es muy utilizado por los expertos ya que puede segmentarse y llegar al público objetivo que estamos buscando a demás te tener un sin número de herramientas de medición para determinar el impacto de nuestra publicidad por este medio.

### **Publicidad por Pagina Web**

La creación y promoción por páginas web es uno de los mejores medios no tradicionales del marketing debido a al grado de personalización que le des a la página web y a todas las opciones para medir resultados que en ellas se incluyen, para el diseño de la página web de Celi & Asociados Ltda. nos inspiramos en un estilo sobrio y elegante en base a la identidad corporativa, la estructura de la página web está formada de la siguiente manera:

1. Inicio
2. Sobre Nosotros
3. Servicios
4. Contacto

- 1. Inicio:** La página de inicio es la parte principal ya que esta que tiene más interacción al ser la introductoria, el contenido de esta parte consiste en el nombre

de la empresa y su actividad comercial, seguido de las principales características que nos distinguen de otros consultorios jurídicos. Como se muestra en la siguiente ilustración.

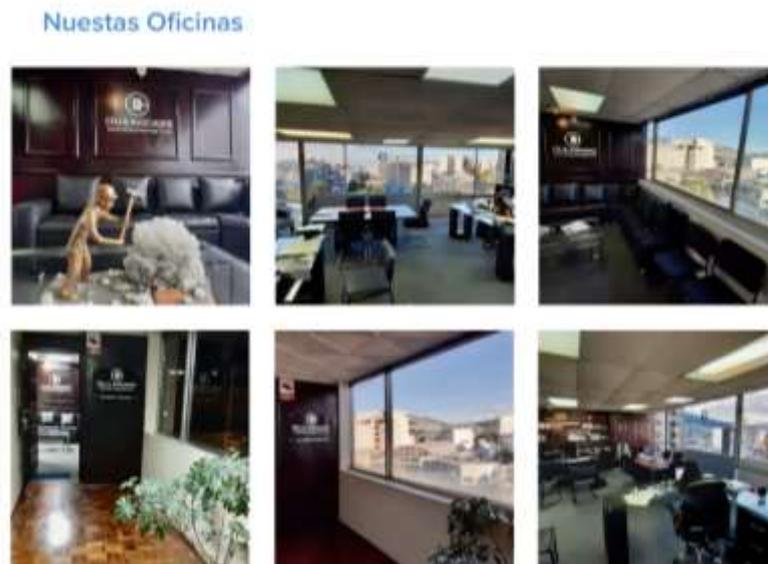
**Ilustración 26 Sección Inicio de la página web para "Celi & Asociados Ltda."**



Elaboración Propia

La siguiente parte de la página de inicio comprende una lista de imágenes de nuestras oficinas, de la sala de espera, oficinas, despacho principal y la entrada, esta parte se trata que el cliente se familiarice con el lugar que estará por visitar.

## Ilustración 27 Sección Muestra de oficinas de la página web para "Celi & Asociados Ltda."



Elaboración Propia

La tercera parte de la página de inicio se divide en dos; la primera es un recuadro donde el cliente puede contactarse con Celi & Asociados para poder despejar sus principales dudas, en un lapso de 24 horas un abogado de la materia requerida se pondrá en contacto con el cliente que solicito el servicio y la segunda parte se trata de la suscripción mediante correo electrónico que se adjuntara a nuestra base de datos donde enviaremos información, promociones, noticias y eventos realizados por Celi & Asociados.

## Ilustración 28 Sección Contactos de la página web para "Celi & Asociados Ltda."



Elaboración Propia

## Ilustración 29 Sección fidelización de la página web para "Celi & Asociados Ltda."



Elaboración Propia

- 2. Sobre Nosotros:** En este enlace de nuestra página encontraremos una breve historia de cómo nació la empresa, los valores y nuestra visión y misión para lograr los mejores resultados para nuestros clientes.

## Ilustración 30 Sección Información de la página web para "Celi & Asociados Ltda."



Elaboración Propia

3. **Servicios:** En esta parte están descritos los principales productos de las materias de especialidad con las que trabaja Celi & Asociados, dentro de cada circulo se encuentra la lista de productos asociados a cada materia y una descripción breve de cada uno de ellos.

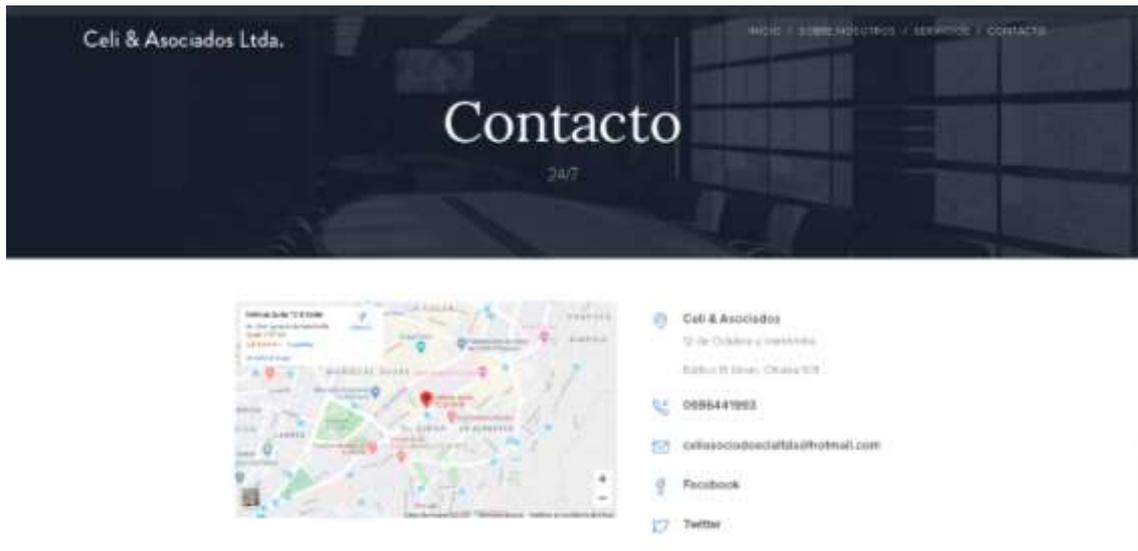
**Ilustración 31 Sección Servicios de la página web para "Celi & Asociados Ltda."**



Elaboración Propia

4. **Contacto:** En esta parte se describe la ubicación de la empresa, los números de contacto, dirección mail, ubicación geográfica y un link directo a las redes sociales de Celi & Asociados.

## Ilustración 32 Sección Contacto



### Elaboración Propia

El costo de la creación de la página web, con formulario de contacto, galería de fotos, ubicación, botones para redes sociales, entre otras funcionalidades es de \$500 el primer año con opción a personalización y mantenimiento por los siguientes años con un costo de \$99 dólares anuales.

### Publicidad por redes sociales

La creación de una página de Facebook para la empresa es el siguiente paso ya que según los datos del estudio a los clientes el 16,5% de los encuestados busca información sobre un tema jurídico en redes sociales y siendo Facebook la red más usada en el Ecuador es preciso estar a la par del mercado.

### Ilustración 33 Perfil del Facebook de "Celi & Asociados Ltda."



#### Elaboración Propia

Se promocionarán las publicaciones más populares de la página 5 días al mes con un costo de \$10 dólares diarios, esta publicación tendrá un alcance de unas 2300 personas diarias que estarán segmentadas en base a las búsquedas que tengan dentro de la red social.

El precio total por la promoción anual de anuncios en la red social Facebook e Instagram es de \$600 dólares anuales.

#### Publicidad en objetos.

Al momento de contratar los servicios de Celi & Asociados se entrega una serie de recuerdos e instrumentos de papelería para fomentar la fidelización del cliente con la marca además de difundir la imagen corporativa de la empresa con objetos de uso cotidiano.

### Ilustración 34 Publicidad en objetos



Elaboración Propia.



Elaboración Propia.



Elaboración Propia.



Elaboración Propia.



Elaboración Propia.

La identificación de la marca es muy importante por lo que toda la papelería que se usa en Celi & Asociados tiene el mismo formato diseñado especialmente para resaltar los colores de la identidad corporativa y el logo de la empresa, en cualquier lugar donde recorra este documento será reconocido gracias a su diseño y fácil identificación a la empresa.

**Tabla 26 Cotización de Publicidad en objetos.**

<b>Objeto</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Unidades</b>	<b>Precio Total</b>
Tasa	\$1,5	100	\$150
Mochila	\$6	40	\$240
Case	\$2	100	\$200
Esfero	\$0,60	500	\$300
Gorra	\$2	50	\$100
<b>Total</b>			<b>\$990</b>

Fuente: Agencia Clic.

Elaboración Propia.

La publicidad propuesta en el plan de marketing presentado representa un gran impacto para informar y atraer a nuevos clientes de los servicios que ofrece Celi & Asociados Ltda. el costo aproximado de este plan y de las campañas propuestas se detalla a continuación:

**Tabla 27 Presupuesto Mensualizado del Plan de Marketing para "Celi & Asociados Ltda."**

Meses / Campañas	Valla Publicitaria	Anuncios en el Periódico	Anuncios Radiales	Página Web	Redes Sociales	Publicidad en Objetos	Anuncios Parada de Bus	Total
Enero			45	600	50	990	200	1885
Febrero	1150	358,4	45		50		120	1723,4
Marzo	1150	358,4	45		50		120	1723,4
Abril	1150	358,4	45		50			1603,4
Mayo	1150		45		50			1245
Junio	1150		45		50			1245
Julio	1150	358,4	45		50		120	1723,4
Agosto		358,4	45		50		120	573,4
Septiembre		358,4	45		50		120	573,4
Octubre			45		50			95
Noviembre			45		50			95
Diciembre			45		50		120	215
Total	6900	2150,4	540	600	600	990	920	12700,4

Elaboración propia.

## Conclusiones

En base al trabajo de investigación realizado presentamos las siguientes conclusiones:

Con el desarrollo del presente trabajo se realizó un estudio a profundidad del entorno interno del consultorio jurídico “Celi & Asociados Ltda.”, donde se conoció su estructura interna y el funcionamiento de la misma, donde pudimos rescatar que la empresa no cuenta con una identidad corporativa definida, en sus dos años de existencia nunca se hicieron esfuerzos por crear o aplicar estrategias de marketing, por lo que la creación de un plan de marketing es la mejor forma de que la empresa tenga un mayor impacto en el mercado de servicios jurídicos.

La siguiente fase nos llevó al estudio del sector interno donde pudimos identificar el grado de contacto que tiene el cliente con los consultorios jurídicos y la forma de como el cliente busca un abogado donde se verifico que la mayoría se guía en base a anuncios publicitarios seguido de recomendaciones de familia o amigos, el dato más importante de esta parte de la investigación se dio en determinar cuál es la característica principal que buscan los clientes al momento de contratar representación legal que en su mayoría buscan que sea un especialista en el tema a tratar lo que nos dio una pauta para enfocarnos como estrategia de posicionamiento en diferenciarnos de la competencia resaltando que la empresa cuenta con especialistas en las principales materias que maneja el consultorio jurídico.

Mediante las encuestas se buscó investigar cuales son las características que tienen los clientes que buscan representación legal y determinar cuáles son las materias que más contratan, sus experiencias al contratar servicios legales y las razones por las cuales ya no vuelve a contratar al abogado para así poder realizar una segmentación geográfica e implementar las estrategias de marketing dirigidas a los sectores en base a la demanda en cada uno de ellos.

En la última parte se reúne toda la información captada en los capítulos anteriores donde se logró crear una propuesta de marketing ideal para “Celi & Asociados Ltda.”, esta campaña está enfocada en resaltar las principales características del consultorio jurídico, comenzando con el diseño de su imagen corporativa para conseguir diferenciarse de la competencia y tener una mayor presencia con los clientes.

Las estrategias de marketing implementadas estarán enfocadas en acciones de comunicación aumentando su presencia en las redes sociales y en páginas web, trabajando en conjunto con publicidad en radio, periódico, etc. También se realizará el plan de posicionamiento destacando las tres características principales que buscan los clientes que es la especialización, la atención personalizada y la fijación de honorarios.

## **Recomendaciones**

Para la propuesta de plan de marketing realizado se plantean las siguientes recomendaciones:

- Dar capacitaciones al personal para mejorar la calidad del servicio al cliente.
- Implementar uniformes para las secretarias para transmitir una imagen de profesionalismo al cliente.
- Adquirir los implementos de oficina con el logo de la empresa.
- Adecuar la sala de espera para la comodidad del cliente.
- Incrementar la presencia de la empresa en redes sociales y páginas web, describir los servicios que ofrecen y destacar la especialidad de los profesionales que laboran para la empresa.
- Implementar las estrategias de marketing tradicional principalmente la publicidad en la radio, periódico y en vallas de paradas de buses.
- Implementar el cobro por tarjeta de crédito.
- Crear un blog informativo sobre materias jurídicas para ayudar e informar a los clientes.
- Crear una ficha de seguimiento para cada cliente para mantenerlo informado según el estado de su caso.
- Crear promociones de acuerdo con las necesidades del cliente.
- Promocionar los planes de cobertura anual a los clientes ya que este es un ingreso fijo para la empresa y se convierte en una estrategia de fidelización del cliente.

## Bibliografía

- Banco Central del Ecuador* . (31 de Marzo de 2020). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1359-la-economía-ecuatoriana-creció-01-en-2019>
- Banco Central del Ecuador*. (Agosto de 2020). Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Best, R. J. (2007). *Marketing estratégico*. Madrid: Pearson Educación.
- Collins, J., & Porras, J. (1995). *Empresas que perduran* . Bogotá: Norma.
- Google Maps* . (2020). Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Edificio+Quito+12+El+Girón/@-0.2069781,-78.4941783,16z/data=!4m8!1m2!2m1!1sedificio+el+giron+quito!3m4!1s0x91d59a1119e8c83b:0xcac9f493a4bb7634!8m2!3d-0.2079314!4d-78.4905358>
- INEC. (2010). *Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador* . Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>
- INEC. (2016). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones* . Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf)
- INEC. (2017). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tras-las-cifras-de-quito/#:~:text=En%20el%202020%20Quito%20será,Estadística%20y%20Censos%20\(INEC\).](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tras-las-cifras-de-quito/#:~:text=En%20el%202020%20Quito%20será,Estadística%20y%20Censos%20(INEC).)
- Kotler , P., & Keller, K. L. (2012). *Dirección de Marketing*. Madrid: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong , G. (2008). *Principios del Marketing*. Madrid: Pearson Educación. doi:978-84-8322-446-5
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2012). *Dirección de marketing* . Mexico : Pearson .
- Mediación Murcia* . (2020). Obtenido de <https://www.mediacionmurcia.com/mediacion>

Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. Universitat Jaume I. doi:<http://dx.doi.org/10.6035/Sapientia74>

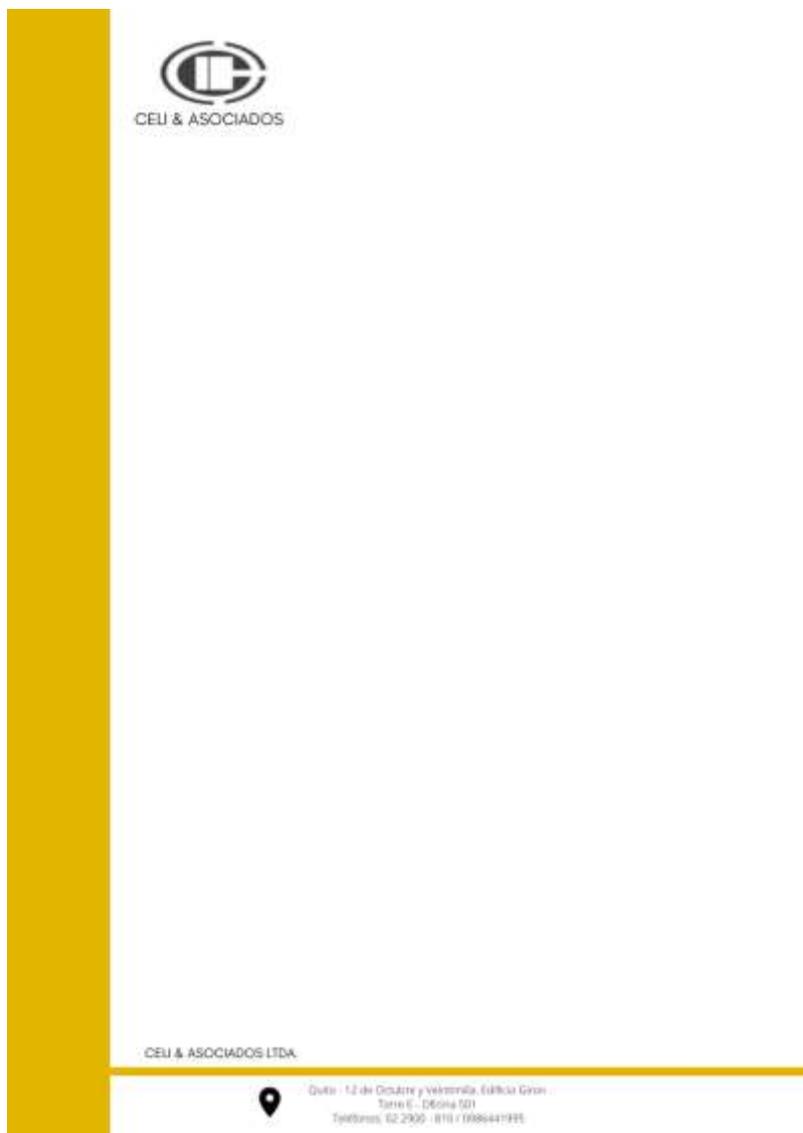
Schiffman, L., & Lazar Kanuk, L. (2010). *Comportamiento del consumidor*. Mexico : Pearson.

Stanton, W. J., Etzel , M. J., & Walker, B. J. (2007). *Fundamentos de marketing* (Decimocuarta ed.). México: McGraw-Hill Interamericana. doi:978-970-10-6201-9

*Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*. (2020). Obtenido de <https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/PortalInfor/consultaPrincipal.zul>

## Anexos

### Anexo 1. Hojas de la empresa



Elaboración Propia.

Anexo 2. Carpetas de Celi & Asociados Ltda.



Elaboración Propia

Anexo 3. Materiales de Oficina



Elaboración propia

Anexo 4. Cotización diseño de página web para Celi & Asociados. Ltda.

The image shows a vertical pricing card for a website design service. At the top left, it says '1 de 1'. The main price is 'A partir de 499 pago único', with a diamond icon in a blue box to the right. Below this is a blue banner with the text 'PYMES' and a question mark icon. The card lists several features in individual boxes: 'Hasta 8 secciones', 'Hasta 8 subsecciones', 'Desarrollo en CMS', 'Administración GRATIS\*', 'Adaptable a móviles', 'Hasta 8 productos o servicios', 'Galería de imágenes / video', 'Integración con redes sociales', 'Diseño personalizado', 'Hoja de contacto', 'Mapa de ubicación', and 'Banner animado'.

1 de 1

A partir de

**499**

pago único

**PYMES** ?

Hasta **8 secciones**

Hasta **8 subsecciones**

Desarrollo en **CMS**

Administración **GRATIS\***

Adaptable a **móviles**

Hasta **8 productos o servicios**

Galería de **imágenes / video**

Integración con **redes sociales**

**Diseño personalizado**

Hoja de **contacto**

**Mapa de ubicación**

**Banner animado**

Fuente: WEBCORP.COM

Elaboración Propia.

Anexo 5. Cotización de anuncio en el periódico El Comercio.

Anuncios 24 jul. 16:51

Para: Andres Torres

...

Estimado Andres

Envio la cotización

**EL COMERCIO** (circula a nivel nacional)

Tamaño 8.44 cm de ancho por 7.43 cm de alto,  
full color, página indeterminada, el precio:

1 día ordinario \$320 + IVA

1 día **sábado** \$336 + IVA

1 día ordinario \$484 + IVA

Los anuncios ingresan con 72h00 de  
anticipación, posterior a este horario se cobra  
un recargo del 25%.

Somos contribuyentes especiales, retención  
1.75%, código 309.

Contamos con servicio de elaboración de arte  
sin costo adicional.

El pago es con tarjeta de crédito corriente,  
depósito en efectivo o transferencia bancaria.

Alicia Males

**Punto de Servicio Call Center**

**GRUPO EL COMERCIO**

Av. Pedro Vicente Maldonado 11515 y Tablón

[anuncios@elcomercio.com](mailto:anuncios@elcomercio.com)

**099 06666 15 / 099 923 5508**

Fuente: Alicia Males – El Comercio

Elaboración Propia.

Anexo 6. Propuesta y cotización de Induvallas para Celi & Asociados. Ltda.



## UBICACIONES

Cliente: Celi & Asociados



  
Quito



Fuente: Induvallas.

Elaboración Propia.

Anexo 7. Propuesta de ubicaciones para colocar la publicidad para Celi & Asociados Ltda.

Q  
Quito

- Sitio: 5-1314
- Dirección: AV. MARIANA DE JESUS E ITALIA, BAJADA HACIA MALL EL JARDÍN
- Vista: OCCI-ORIE



- Sitio: 5-1430
- Dirección: AV. NACIONES UNIDAS Y VERACRUZ (FRENTE AL CINEMARK)
- Vista: ORI - DCE



- Sitio: 5-1435
- Dirección: AV. 6 DE DICIEMBRE Y SAN IGNACIO SILENCIADORES SALAZAR
- Vista: NORTE - SUH



Fuente: Induvallas.

Elaboración Propia.

# Propuesta Económica

## Cotización

Propuesta Vallas					
Cliente: Celi & Asociados			Fecha: 04-20		
Cantidad	Categoría	Ubicación	Dimensiones	Temperatura (°C)	Valor Especial Mensual
1	Valla	Quito	8.00 x 4.00	1	1,500.00
1	Valla	Quito	8.00 x 4.00	1	4,140.00
1	Valla	Quito	8.00 x 4.00	8	8,900.00
1	Valla	Quito	8.00 x 4.00	12	11,300.00

• PRECIOS DE LA VALLA INCLUYEN

- Estructura metálica
- Tiras verticales flexible fotográficas full color, Front light
- Instalación
- Localización de sitios
- Trámites Municipales
- Mantenimiento constante de las imágenes expuestas y la estructura de valla durante el tiempo de contratación de las vallas
- Seguro contra robos y daños
- Garantía total

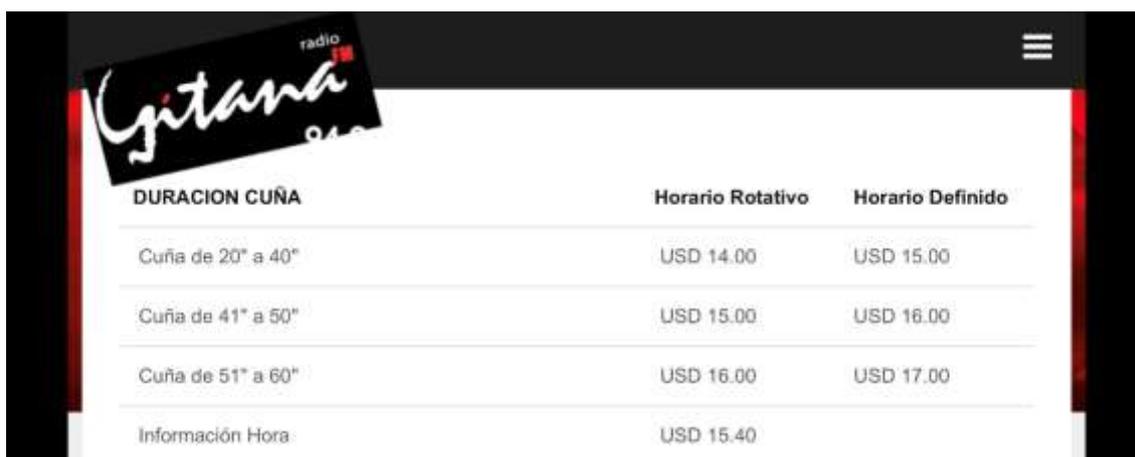
• PRECIOS NO INCLUYEN IVA



Fuente: Induvallas.

Elaboración Propia.

Anexo 9. Costos de publicidad en la Radio Gitana FM.



DURACION CUÑA	Horario Rotativo	Horario Definido
Cuña de 20" a 40"	USD 14.00	USD 15.00
Cuña de 41" a 50"	USD 15.00	USD 16.00
Cuña de 51" a 60"	USD 16.00	USD 17.00
Información Hora:	USD 15.40	

Fuente: (Radio Gitana FM, 2020 )

Elaboración propia