



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TÍTULO:

INGENIERA COMERCIAL

TEMA:

**DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO JURÍDICO VIRTUAL
PARA LA FIRMA VANEGAS ABOGADOS UBICADA EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL**

AUTORA:

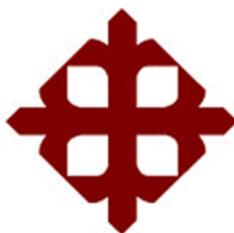
SANDRA ELIZABETH MAINGÓN VELASCO

TUTOR:

ING. HECTOR BRIONES QUINDE, MGS..

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Sandra Elizabeth Maingón Velasco, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniera Comercial.

TUTOR

. Ing, Héctor Briones Quinde, Mgs.

REVISORES

Lcda. Janeth Holguín, Mgs

Ing. Com. Paola Traverso de Carrión, MBA.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Darío Vergara Pereira, Mgs.

Guayaquil, a los 6 días del mes de Junio del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Sandra Elizabeth Maingón Velasco**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “**DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO JURÍDICO VIRTUAL PARA LA FIRMA VANEGAS ABOGADOS UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**” previa a la obtención del Título de **INGENIERA COMERCIAL**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 6 días del mes de Junio del año 2014

EL AUTOR

Sandra Elizabeth Maingón Velasco



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Sandra Elizabeth Maingón Velasco**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO JURÍDICO VIRTUAL PARA LA FIRMA VANEGAS ABOGADOS UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 6 días del mes de Junio del año 2014

LA AUTORA:

Sandra Elizabeth Maingón Velasco

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento al Cuerpo Docente de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Sandra Elizabeth Maingón Velasco

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mis padres, que tuvieron siempre el deseo de verme convertida en una profesional, a mis hijos Alejandro y Alejandra, para que sigan mi ejemplo que con esfuerzo y dedicación, es posible conseguir sus metas, y a mi esposo por su apoyo durante mis años de estudio Universitario.

Sandra Elizabeth Maingón Velasco



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Dario Vergara Pereira, Mgs.
Vélez, Mgs.
DIRECTOR DE LA CARRERA

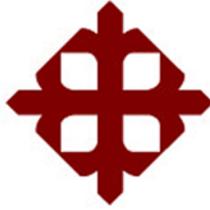
Lic. Magdalena Reyes
DIRECTORA DEL SED

Lic. Janeth Holguín de Traverso, Mgs.
Carrión, **MBA.**
REVISOR 1

Ing. Com. Paola Traverso de
REVISOR 2

Ing. Héctor Briones Quinde, Mgs.
DOCENTE TUTOR

Guayaquil, a los 6 días del mes de Junio del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CALIFICACIÓN

Ing. Héctor Briones Quinde, Mgs.
Docente tutor

Tabla de contenido

ÍNDICE DE GRÁFICOS	11
ÍNDICE DE TABLAS	12
RESUMEN	14
ABSTRACT	15
INTRODUCCIÓN	16
CAPÍTULO I	19
1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	19
1.1 TÍTULO	19
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	19
1.3 FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	20
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	21
1.5 HIPÓTESIS.....	21
1.6 OBJETIVO GENERAL	22
1.7 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	22
1.8 ALCANCE	23
1.9 MARCO TEÓRICO	23
1.10 MARCO LEGAL	25
CAPÍTULO 2	27
LOS NUEVOS NEGOCIOS	27
2.1 LOS NUEVOS PARADIGMAS QUE IMPACTAN LOS NEGOCIOS EN LA ACTUALIDAD.....	27
2.2 EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS VIRTUALES.....	29
2.3 LA SIGUIENTE GENERACIÓN DE LOS NEGOCIOS VIRTUALES ...	31
2.4 LOS NEGOCIOS VIRTUALES SON UN MITO O SON UNA REALIDAD?.....	35
2.5 LOS NEGOCIOS VIRTUALES.....	42
2.6 NEGOCIOS ELECTRÓNICOS	47

2.7 ESTRATEGIAS DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO	49
2.8 CATEGORÍAS DE NEGOCIOS ELECTRÓNICOS	50
2.9 MERCADOS ELECTRÓNICOS	51
2.10 PERFILES DE EN EL ECUADOR Y EL MUNDO	53
CAPÍTULO 3	59
3. Generalidades de la empresa	59
3.1 ANTECEDENTES.....	59
3.2 MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.....	60
3.3 VALORES Y CULTURA EMPRESARIAL	60
3.4 UBICACIÓN.....	61
3.5 SERVICIOS QUE OFRECE.....	62
3.5 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	62
3.6 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	64
CAPÍTULO 4	65
4. ESTUDIO DE MERCADO	65
4.1 MARCO METODOLÓGICO.....	65
4.2 MUESTRA.....	68
CAPÍTULO 5	76
5. PROPUESTA DEL DISEÑO DE UN MODELOS DE NEGOCIO A LA FIRMA VANEGAS ABOGADOS.....	76
5.1 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	76
5.2 MATRICES DEL FODA	78
5.3 ANÁLISIS DEL NEGOCIO.....	84
5.4 MODELO DE PÁGINA WEB PARA LA FIRMA VANEGAS ABOGADOS DIRIGIDA A LOS MIGRANTES	89

5.4.1 PRESUPUESTO PARA IMPLEMENTAR EL MODELO DE NEGOCIOS JURÍDICO VIRTUAL DE LA FIRMA VANEGAS ABOGADOS CON ATENCIÓN A LOS MIGRANTES ECUATORIANOS	93
5.5 BARRERAS QUE PODRÍA ENFRENTAR LA FIRMA VANEGAS ABOGADOS.....	94
5.6 FACTORES CRÍTICOS	95
CONCLUSIONES.....	98
RECOMENDACIONES	100
BIBLIOGRAFÍA	101

ÍNDICE DE GRÁFICOS

ILUSTRACIÓN 1: LOS NUEVOS PARADIGMAS QUE IMPACTAN LOS NEGOCIOS EN LA ACTUALIDAD.....	28
ILUSTRACIÓN 2: EMPRESAS LÍDERES EN LOS NEGOCIOS VIRTUALES .	33
ILUSTRACIÓN 3: COMPONENTES DE LA ARQUITECTURA DE LOS NEGOCIOS VIRTUALES	34
ILUSTRACIÓN 4: RELACIÓN EN FUNCIÓN AL TIEMPO PARA LLEGAR A 50 MILLONES DE HABITANTES.....	36
ILUSTRACIÓN 5: CONECTIVIDAD GLOBAL	37
ILUSTRACIÓN 6: RELACIÓN ENTRE NAVEGADORES Y CONSUMIDORES	38
ILUSTRACIÓN 7: COMPARACIÓN ENTRE DISTINTOS PRODUCTOS VENDIDOS VIRTUALMENTE	39
ILUSTRACIÓN 8: LAS 7 DIMENSIONES DE LOS NEGOCIOS ELECTRÓNICOS	51
ILUSTRACIÓN 9: ESTADÍSTICA DE POBLACIÓN DE USUARIOS GRÁFICO NO. 9: ESTADÍSTICA DE POBLACIÓN DE USUARIOS	53
ILUSTRACIÓN 10: ESTADÍSTICA DE VALORES EN EL MERCADO DE LOS NEGOCIOS VIRTUALES A NIVEL MUNDIAL	53

ILUSTRACIÓN 11: ESTADÍSTICA DEL USO DEL INTERNET A NIVEL MUNDIAL	54
ILUSTRACIÓN 12: POBLACIÓN QUE UTILIZA EL INTERNET A NIVEL MUNDIAL	54
ILUSTRACIÓN 13: INTRODUCCIÓN MUNDIAL DEL INTERNET.....	55
ILUSTRACIÓN 14: USUARIOS DEL INTERNET A NIVEL MUNDIAL	55
ILUSTRACIÓN 15: USUARIOS DEL INTERNET EN LATINOAMÉRICA.....	56
ILUSTRACIÓN 16: LOS 10 PAÍSES QUE MÁS UTILIZAN EL INTERNET EN LATINOAMÉRICA.....	56
ILUSTRACIÓN 17: ACEPTACIÓN DEL INTERNET EN LATINOAMÉRICA	57
ILUSTRACIÓN 18: USUARIOS LATINOAMERICANOS DEL INTERNET	57
ILUSTRACIÓN 19: ANÁLISIS DEL USO DEL INTERNET EN EL ECUADOR.	58
ILUSTRACIÓN 20: OFICINAS DE LA FIRMA VANEGAS ABOGADOS EN GUAYAQUIL	61
ILUSTRACIÓN 21: CASOS JURDÍDICOS ANUALES DE LA FIRMA VANEGAS ABOGADOS.....	63
ILUSTRACIÓN 22: OFICINAS DE LA FIRMA VANEGAS ABOGADOS EN GUAYAQUIL Y EL ESTADO DE WASHINGTON EN LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA	66
ILUSTRACIÓN 23: DISEÑO DE PÁGINA WEB PARA LA FIRMA VANEGAS ABOGADOS.....	89

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: COMPLEJIDAD ORGANIZACIONAL.....	32
TABLA 2: EMPRESAS ECUATORIANAS VIRTUALES.....	34
TABLA 3: CADENA DE VALOR	44
TABLA 4: SERVICIOS LEGALES FIRMA VANEGAS ABOGADOS.....	62
TABLA 5: ORGANIGRAMA FIRMA VANEGAS ABOGADOS	64
TABLA 6: ENCUESTA #1 A MIGRANTES ECUATORIANOS EN EL ESTADO DE WASHINGTON USA.....	69
TABLA 7: ENCUESTA #2 A MIGRANTES ECUATORIANOS EN EL ESTADO DE WASHINGTON USA.....	69

TABLA 8: ENCUESTA #3 A MIGRANTES ECUATORIANOS EN EL ESTADO DE WASHINGTON USA..... 70

TABLA 9: ENCUESTA #4 A MIGRANTES ECUATORIANOS EN EL ESTADO DE WASHINGTON USA..... 70

TABLA 10: ENCUESTA #5 A MIGRANTES ECUATORIANOS EN EL ESTADO DE WASHINGTON USA..... 71

TABLA 11: ENCUESTA #6 A MIGRANTES ECUATORIANOS EN EL ESTADO DE WASHINGTON USA..... 71

TABLA 12: ENCUESTA # 7 A MIGRANTES ECUATORIANOS EN EL ESTADO DE WASHINGTON USA 71

TABLA 13: TABULACIÓN DE RESULTADOS PREGUNTA NO. 1 72

TABLA 14: TABULACIÓN DE RESULTADOS PREGUNTA NO. 2 72

TABLA 15: TABULACIÓN DE RESULTADOS PREGUNTA NO. 3 73

TABLA 16: TABULACIÓN DE RESULTADOS PREGUNTA NO. 4 73

TABLA 17: TABULACIÓN DE RESULTADOS PREGUNTA NO. 5 74

TABLA 18: TABULACIÓN DE RESULTADOS PREGUNTA NO. 6 74

TABLA 19: TABULACIÓN DE RESULTADOS PREGUNTA NO. 7 75

TABLA 20: ANÁLISIS EXTERNO PARA LA FIRMA VANEGAS ABOGADOS .77

TABLA 21: ANÁLISIS INTERNO PARA LA FIRMA VANEGAS ABOGADOS .. 78

TABLA 22: MATRIZ DE RELACIÓN FORTALEZAS Y AMENAZAS 79

TABLA 23: MATRIZ DE RELACIÓN DEBILIDADES Y OPORTUNIDADES..... 80

TABLA 24: MATRIZ DE RELACIÓN DEBILIDADES Y AMENAZAS 81

TABLA 25: MATRIZ DE RELACIÓN FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES..... 82

TABLA 26: ANÁLISIS ESTRATÉGICO..... 83

TABLA 27: ANÁLISIS DEL NEGOCIO 84

TABLA 28: COMPARACIÓN DE MODELO DE NEGOCIO 86

TABLA 29: EXCELENCIA EN EL SERVICIO EN EL MUNDO VIRTUAL 88

TABLA 30: INFRAESTRUCTURA MOBILIARIA, DE TALENTO HUMANO Y TECNOLÓGICA DE LA FIRMA VANEGAS ABOGADOS 93

TABLA 31: EQUIPOS TÉCNICOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL DISEÑO DEL NEGOCIO VIRTUAL PARA LA FIRMA VANEGAS ABOGADOS94

RESUMEN

El presente trabajo de titulación es el resultado de la iniciativa académica y práctica, para desarrollar un servicio legal inédito de la firma Vanegas Abogados a los migrantes ecuatorianos que se encuentran radicados en distintos países del mundo. Luego del estudio requerido, se ha planteado como una realidad objetiva, que los migrantes ecuatorianos tienen la necesidad constante de contratar abogados en el Ecuador. y que la firma Vanegas Abogados puede brindar este servicio legal a través del mundo virtual, implementando una página web que sea de fácil comprensión y esté disponible para los migrantes alrededor del mundo los 365 días del año. Este es un negocio que puede resultar muy rentable para la firma Vanegas Abogados, y a su vez, una oportunidad para los migrantes ecuatorianos, de tener a su mano abogados de prestigio, tradición y reputación en el medio.

El mundo virtual ha desarrollado nuevos modelos de gestión administrativos, los negocios en el siglo XXI tienen necesariamente que modernizarse y comprender que esa modernización, no significa única y exclusivamente tener computadoras, software, hardware, sino invertir los valores de la negociación entre quien necesita los servicios legales y quien los ofrece, transformando la visión de la firma Vanegas Abogados, y poniendo en primer lugar, la necesidad de los clientes antes que presentar la imagen e historia de la empresa tradicional.

El presente trabajo de titulación hace una explicación de los sistemas de negocios virtuales, y de cómo es factible que la firma Vanegas Abogados utilizando esos modelos de gestión de negocios nuevos, contemporáneos y modernos, pueda lograr desarrollar una división especializada en un mercado que físicamente no se encuentra en el Ecuador, pero que tiene la necesidad de resolver problemas legales en el territorio nacional, o de realizar consultas de carácter legal en el Ecuador. Ese nuevo segmento son los migrantes ecuatorianos, que mantienen fuertes vínculos familiares y de presencia en negocios inmobiliarios, o muchas veces la necesidad inclusive de retornar al Ecuador, por la pérdida de sus plazas de trabajo en los países donde migraron.

ABSTRACT

This thesis work is the result of an academic and practical initiative, which aims to develop an original legal service delivered by the Vanegas Abogados firm for Ecuadorian migrants residing in different countries throughout the world. After the required study, we have set as an objective reality, that Ecuadorian migrants have a constant need to hire Ecuadorian lawyers and that the Vanegas Abogados firm can deliver this legal service via a virtual world, implementing an easy to comprehend website, available to migrants 365 days a year. This is a business that could be very profitable for the Vanegas Abogados firm, and at the same time, an opportunity for migrants to have at their reach lawyers of prestige, tradition and reputation.

The virtual world has developed new models of administrative management, businesses in the twenty-first century must necessarily modernize themselves and understand that modernization does not mean exclusively having computers, software, hardware, but also reverse the values of negotiation between those who need the legal services and those who offer them, transforming the vision of the Vanegas Abogados firm, and placing the customers' needs before presenting the image and history of traditional companies.

This thesis work explains virtual business systems, and how it is feasible for the Vanegas Abogados firm using these new, contemporary and modern business management models, to achieve a specialized division in a market that is not physically present in Ecuador, but that has the need to solve legal problems in the national territory, or consulting legal related inquiries. This new segment is comprised of Ecuadorian migrants, who keep strong family bonds and of presence in real estate, or even sometimes the need to return to Ecuador, forced by the loss of their places of work in the countries where they migrated.

INTRODUCCIÓN

El siglo XXI ha permitido encontrar mecanismos de acercamiento en el comercio mundial, que en la práctica, ha borrado las fronteras de los países y ha permitido una integración absoluta en las actividades dentro del marco lícito de negociación entre personas jurídicas y/o personas naturales. Cómo es posible haber llegado a este punto tan extraordinario en el que a través del terminal de una computadora podemos adquirir bienes y servicios en otro lado del mundo, o promover bienes y servicios desde nuestra ciudad desde nuestro país a todo el orbe?, tiene una explicación histórica y tiene connotaciones sociales, económicas, geopolíticas, sumamente interesantes que merecen ser valoradas en el contexto de la modernización de los negocios y de la importancia que tiene para el ser humano, las facilidades que brindan este tipo de relaciones comerciales.

Este trabajo de titulación se propone generar un aporte académico a la sociedad ecuatoriana, a través de sugerir que una firma de abogados con prestigio y tradición fundada en 1968, entre al mundo virtual y a través de ese sistema logre brindar sus servicios a los migrantes ecuatorianos en las distintas colonias ubicadas alrededor del mundo.

La firma Vanegas Abogados es la empresa que ha sido elegida para desarrollar el contexto de la presente investigación académica con el objetivo de formular una propuesta de negocios, para de esta manera aumentar la calidad de sus servicios a los migrantes ecuatorianos desde sus oficinas en la ciudad de Guayaquil - Ecuador. La explosión demográfica es un aspecto muy importante a considerar en esta trabajo de titulación, el enorme crecimiento de la migración ecuatoriana, nos abre un mercado nuevo y muy interesante en el siglo XXI para los servicios legales, y será el mundo virtual el escenario ideal para poder comunicarse entre el migrante que requiera servicios legales, y la firma de abogados con domicilio en Guayaquil - Ecuador.

Los servicios electrónicos ya brindan seguridad, comodidad y eficiencia a través de los sistemas financieros de la banca y/o del comercio, y nos permiten tener un ejemplo muy claro de cómo se han desarrollado los negocios en el

mundo virtual; la seguridad, la comodidad, la tranquilidad, son elementos valiosísimos que van a ser desarrollados a través del mundo virtual, para brindar servicios legales a los migrantes ecuatorianos.

Alrededor de los años 1980, cuando empezó a desarrollarse el mundo del internet, la población mundial encontró un sistema de comunicación completamente novedoso que le permitía primero, el poder dialogar con sus familiares que se encontraban en otros países y en otras latitudes. La comunicación es extremadamente valiosa, nos permite tener un conocimiento claro de lo que está ocurriendo en otras ciudades del mundo, esa ventaja, la ventaja tecnológica, causó una verdadera revolución a finales del siglo XX y a principios del siglo XXI, se desarrolló en una forma exponencial.

Esas ventajas cualitativas y cuantitativas van a ser recogidas en este trabajo de titulación como una propuesta de análisis y de servicio legales a los migrantes ecuatorianos, y procuraremos incorporar una nueva visión de lo que significa el desarrollo de los servicios legales para migrantes ecuatorianos en el estado de Washington en los Estados Unidos de Norteamérica, como una alternativa de generar un negocio altamente rentable con dos vías, la del servicio legal para los migrantes ecuatorianos y la de una nueva gama de clientes para la firma Vanegas Abogados

También es importante relatar como esa revolución tecnológica fue brindándole a la humanidad sistemas de conocimiento que antes eran muy difíciles, porque las distancias hacían improbables las posibilidades de conocer circunstancias, hechos, bienes y servicios que ocurrían en otras latitudes. En la actualidad basta tener un terminal de computadora y tener un servicio de internet para tener conocimiento, cuando entramos al desarrollo de los negocios en el mundo virtual los ejemplos son múltiples; amazon por ejemplo es una empresa de comercio que ofrece todo tipo de servicios y de productos; sistemas financieros, los bancos ofrecen todo tipo de transferencia inmediata conocimiento del estado de las cuentas corrientes, de las cuentas de ahorros, servicios de créditos, pagos de agua luz, teléfono y de todas las empresas que están conectadas a través del mundo virtual. Las actividades de comercio en

el mundo virtual, han desarrollado sistemas o portales para presentar sus productos o servicios a los migrantes ecuatorianos en cualquier país que se encuentren, en cualquier momento, en cualquier hora del día, y los servicios legales no pueden ser ajenos a esta realidad

CAPÍTULO I

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 TÍTULO

DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO JURÍDICO VIRTUAL PARA LA FIRMA VANEGAS ABOGADOS UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La firma Vanegas Abogados no ha implementado herramientas a través de las cuales, pueda brindar sus servicios legales a un segmento tan importante como son las colonias de migrantes ecuatorianos alrededor del mundo. Los migrantes ecuatorianos requieren constantemente de servicios legales de abogados en el Ecuador, para atender los diferentes problemas que se suscitan con sus familiares en el país. Al no tener alternativas, deben regularmente guiarse por las recomendaciones de amigos o parientes con domicilios en el Ecuador.

Si Vanegas Abogados crea por ejemplo una página Web para participar activamente en el mercado virtual, se va a convertir en un líder de atención a las colonias de migrantes ecuatorianos a través del mundo virtual, y para superar la situación actual, es necesario que realice una investigación apropiada para conseguir ingresar en el entorno virtual, porque los migrantes ecuatorianos radicados en distintos países del mundo, requieren

constantemente servicios legales en el Ecuador y se les hace imposible o muy difícil, contratar abogados ecuatorianos.

1.3 FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo puede la firma Vanegas Abogados ofrecer sus servicios legales a las colonias de migrantes ecuatorianos alrededor del mundo, que tienen familiares residiendo en el país?

Para comprender la sistematización del problema se ha diseñado algunas interrogantes:

- a. ¿Los migrantes ecuatorianos necesitan servicios legales de manera constante para sus familiares que residen en el país?
- b. ¿Cómo pueden los migrantes ecuatorianos contratar los servicios legales de una firma de abogados, considerando la distancia y la falta de capacidad física para visitar las oficinas tradicionales de las firmas de abogados en el Ecuador?
- c. Puede el mundo virtual convertirse en un sistema que permita una interacción rápida entre los migrantes ecuatorianos y una firma de abogados en el Ecuador?

1.4 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación es necesaria para promover una relación activa entre migrantes ecuatorianos y la firma de abogados con domicilio en el Ecuador.

- A. Utilidad Práctica: Esta investigación va a beneficiar a la firma Vanegas Abogados para que participe en el mundo virtual, y pueda ofrecer sus servicios legales a las colonias de migrantes de ecuatorianos alrededor del mundo. Este trabajo de titulación se propone apuntar a la colonia de migrantes ecuatorianos en el Estado de Washington en los Estados Unidos de Norteamérica.

- B. Utilidad Teórica: La validez de esta investigación se sustenta en el hecho cierto que las tecnologías de la información, permiten una comunicación rápida, ágil en cualquier momento, desde cualquier lugar, ente los migrantes ecuatorianos y la firma de abogados en el Ecuador

- C. Utilidad Metodológica: Es incuestionable que esta investigación va a generar un diseño de modelo de gestión administrativa de servicios legales de la firma Vanegas Abogados, para que pueda ofertar sus servicios legales a las colonias de migrantes ecuatorianos que se encuentran dispersas en el mundo y cuyos familiares o ellos mismos, requieren permanentemente atención para sus problemas legales cotidianos.

1.5 HIPÓTESIS

Si la firma Vanegas Abogados diseña un modelo de negocios con herramientas necesarias como por ejemplo, una página web con todos los servicios legales

que requieran los migrantes, partimos del hecho que la tradición, la confiabilidad y la participación en el mundo virtual, los convertirá en líderes de servicios legales para los migrantes ecuatorianos a través de las tecnologías de la comunicación.

1.6 OBJETIVO GENERAL

Diseñar una propuesta de negocios en el entorno virtual para que la firma Vanegas Abogados, incursione en los negocios virtuales para captar la mayor cantidad de clientes potenciales, que sean migrantes ecuatorianos radicados en distintos países del mundo.

1.7 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar la situación del entorno virtual mundial
- Analizar la situación actual de la firma Vanegas Abogados en su entorno convencional
- Elaborar un estudio de mercado a través de un marco metodológico, que permita identificar las necesidades legales de los potenciales clientes (migrantes ecuatorianos) de la firma Vanegas Abogados
- Proponer un modelo de página Web para la firma Vanegas Abogados, que ofrezca todos sus servicios legales a través del mundo virtual, como una de las herramientas para el desarrollo de su negocio jurídico virtual.
- Determinar el presupuesto de inversión inicial para implementación de este diseño.

1.8 ALCANCE

El beneficio genérico que aportará este trabajo de titulación a los migrantes ecuatorianos radicados en el Estado de Washington en los Estados Unidos de Norteamérica que requieran servicios legales en el Ecuador, será una página web a través de la cual puedan conocer la firma Vanegas Abogados y todos los servicios legales que esta pueda ofrecerle a ellos y a sus familiares radicados en el Ecuador. Este trabajo de titulación llega hasta la propuesta del diseño sin llegar a la implementación, ni medición del impacto económico de esta nueva división de negocios.

1.9 MARCO TEÓRICO

Como este trabajo de titulación propone un modelo de negocio jurídico virtual para la firma Vanegas Abogados ubicado en la ciudad de Guayaquil, es necesario tener claro los siguientes conceptos:

Internet.- Es un conjunto de redes de ordenadores y equipos físicamente unidos mediante cables que conectan puntos de todo el mundo; estos cables se presentan en muchas formas, desde cables de red local (varias máquinas conectadas en una oficina campus) a cables telefónicos convencionales, digitales y canales de fibra óptica que forman las “carreteras” principales. (Rangel, 2007)

Mercado Virtual.- Mercado que se extiende más allá de las fronteras tradicionales, y está libre de las limitaciones que impone una ubicación geográfica y temporal. (Laudon, 2008)

Página Web.- Sitio Web u otro servicio que proporciona un punto inicial de entrada a la Web o a los datos internos de la compañía. Puede contener texto, sonido, video, enlaces, entre otros. (Laudon, 2008)

E-business (Negocio Virtual).- Uso de internet y la tecnología digital para ejecutar todos los procesos de negocios de la empresa. Incluye tanto el comercio electrónico como procesos para la administración interna de la empresa y para la coordinación con proveedores y otros socios de negocios. (Laudon, 2008)

E-commerce (Comercio Electrónico).- Es el proceso de comprar y vender bienes y servicios en forma electrónica, que implica transacciones utilizando internet, redes y otras tecnologías digitales. (Laudon, 2008)

La propuesta general es que la firma Vanegas Abogados tiene un mercado potencial en los migrantes ecuatorianos domiciliados en todos los países del mundo, partiendo de la teoría específica que esos migrantes envían remesas todos los meses al Ecuador, y generan una interrelación con sus familiares a través de las tecnologías de la comunicación.

Esta constante de comunicación con sus familias en el Ecuador significa que a pesar de la distancia, están atentos a las circunstancias que rodean a sus seres queridos en el país, a sus conflictos, a sus problemáticas y naturalmente a buscar alternativas de solución para este tipo de circunstancias que vive toda familia, más aun las familias distanciadas por la migración.

Por este supuesto es una convicción que los servicios legales se requieren con frecuencia, y que es un mercado que no ha sido apropiadamente atendido por las diferentes firmas de abogados del Ecuador. Es un hecho incuestionable que una propuesta de servicios legales a través del mundo virtual, va a

constituirse en un medio inteligente de comunicación constante con un universo muy significativo de clientes, especialmente personas naturales que regularmente no tienen o no conocen abogados que sean de su confianza en el Ecuador.

Una página Web bien diseñada que sirva de sistema de comunicación al migrante con la firma Vanegas Abogados, va a significar la enorme posibilidad de captar un porcentaje importante de este tipo de clientes que son los migrantes ecuatorianos, y que tienen una presencia muy significativa en el mercado local. Basta analizar que Bancos ecuatorianos han abierto sucursales tremendamente importantes en países con presencia de migrantes ecuatorianos, por ejemplo el caso de Banco del Pichincha, cuya operación financiera en España, se constituye en un ejemplo de innovación en el servicio bancario para migrantes ecuatorianos radicados en ese país, siendo que la presencia de Banco del Pichincha también se encuentra en los Estados Unidos de Norteamérica, en Perú, en Colombia y en Panamá, porque este Banco privado descubrió la alta rentabilidad que significa ofrecer un servicio de calidad y de comunicación de los servicios y los productos bancarios de manera ágil con el Ecuador, como por ejemplo transferencias, créditos inmobiliarios, cuentas de ahorro, etc.

Es por esto que esta investigación, conduce a la convicción que los servicios legales son perfectamente factibles para los migrantes ecuatorianos, a través del mundo virtual.

1.10 MARCO LEGAL

El principio de la buena fe caracteriza toda relación bilateral entre los seres humanos, el Art. 721 del Código Civil Ecuatoriano dice: “La buena fe es la

conciencia de haberse adquirido el dominio de la cosa por medios legítimos, exentos de fraude y de cualquier otro vicio”, y el Art. 722 del Código Civil Ecuatoriano dice “La buena fe se presume, excepto en los casos en que la ley establece la presunción contraria”, sin embargo y por el avance de las tecnologías, es necesario considerar que además de las páginas Web como un medio de comunicación con los migrantes cuando se capta una cuenta de representación legal, se necesita la formalidad para establecer la facturación y el servicio, en la Ley de Comercio Electrónico en su artículo 2 determina: “Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos.- Los mensajes de datos tendrán igual valor jurídico que los documentos escritos. Su eficacia, valoración y efectos se someterá al cumplimiento de lo establecido en esta Ley y su reglamento”. En este segundo paso que ya es la formalidad de la relación profesional entre el migrante y la firma de abogados, se tiene que considerar las normas de la Ley de correo electrónico del Ecuador.

CAPÍTULO 2

LOS NUEVOS NEGOCIOS

2.1 LOS NUEVOS PARADIGMAS QUE IMPACTAN LOS NEGOCIOS EN LA ACTUALIDAD

Es necesario mencionar que los nuevos paradigmas que impactan los negocios en la actualidad son cuatro: La nueva tecnología, el nuevo orden geopolítico, la nueva empresa y el nuevo ambiente de negocio (Gabela, e-bsuiness, 2010).

Cuando se habla de nueva tecnología, se refiere a las nuevas metas que tiene la tecnología de la información (IT). Que consiste en software, hardware y equipo de comunicaciones que permite tener una relación abierta centrada en el usuario con el uso de la computación en red.

Cuando se habla de un nuevo orden Geopolítico, se refiere a que ya no existen fronteras, que la información es volátil y que se da en un mundo multipolar.

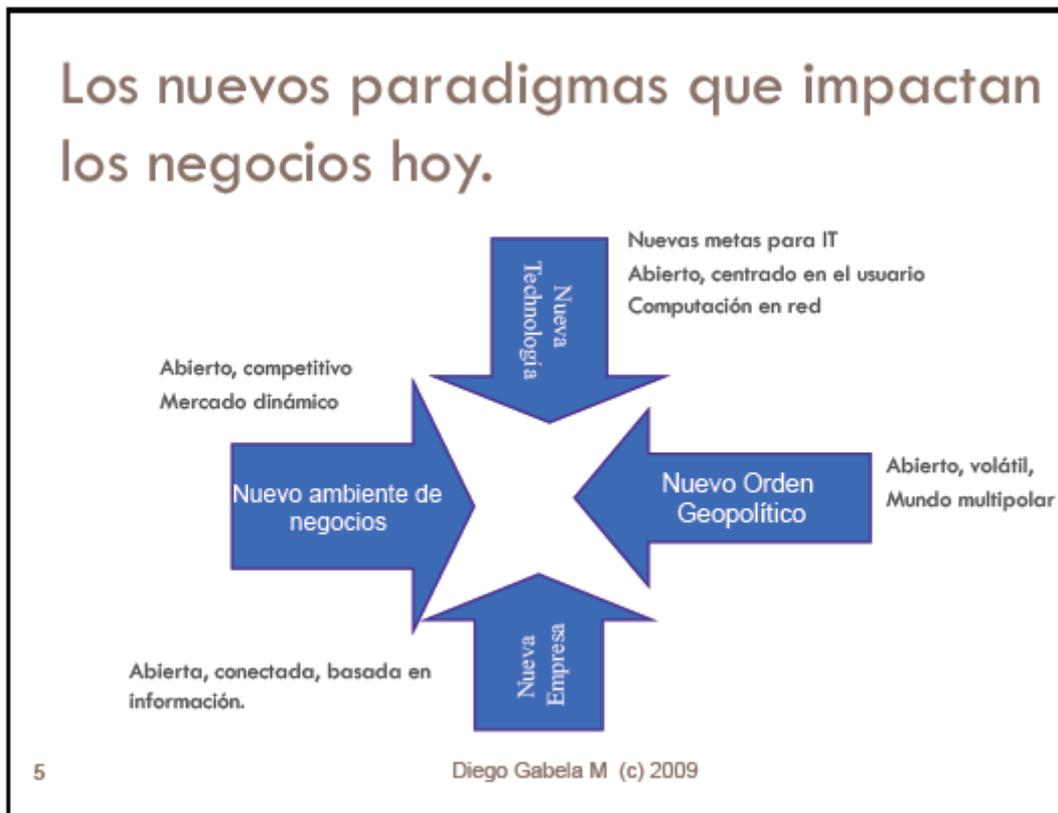
La nueva empresa se basa en una información que se realiza a través de redes digitales y que se conectan con todas y cada una de las actividades que forman parte de la cadena de valor, cuya información ayudará a los gerentes a adquirir, transformar y distribuir información que podrán utilizar para optimizar la toma de decisiones, mejorar el desempeño organizacional e incrementar la rentabilidad de la empresa siendo este el objetivo principal del empresario. "Este tipo de comercio va creciendo muy rápido en Ecuador. En 2010 en Latinoamérica cerramos con 35.000 millones de dólares, y de ese monto más de 200 millones corresponden a Ecuador" (Pueyrredon, 2012).

El cuarto paradigma tiene que ver con el nuevo ambiente de negocio esto es que el mercado sea más dinámico, abierto y como consecuencia más

competitivo. En este nuevo ambiente de negocio existen siete manejadores claves que son:

- Productividad del conocimiento servicio
- Calidad
- Capacidad de Respuesta extrema
- Globalización
- Outsourcing (consiste en la transferencia a terceros de ciertos procesos complementarios que no forman parte del giro principal del negocio)
- Partnering (Asociación con otras empresas)
- Responsabilidad social y ambiental

Ilustración 1: Los nuevos Paradigmas que impactan los negocios en la actualidad



Fuente: Diego Gabela M., Universidad San Francisco de Quito.

2.2 EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS VIRTUALES

Al hablar de negocios virtuales se debe señalar primeramente su definición. Los negocios virtuales (e-business) “Uso de internet y la tecnología digital para ejecutar todos los procesos de negocios de la empresa. Incluye tanto el comercio electrónico como procesos para la administración interna de la empresa y para la coordinación con proveedores y otros socios de negocios” (Laudon, 2008)

Los negocios virtuales han evolucionado de manera acelerada debido al surgimiento del internet como un verdadero sistema de comunicación a nivel mundial. Antes solo existían islas de aplicaciones de la web, es decir, que las empresas tenían su página web donde mostraba alguna información sobre sus productos o servicios, pero con el paso del tiempo este sistema de información se ha aplicado para la integración e innovación de nuevos modelos de negocios, debido que ahora estos sistemas están orientados a procesos, esto es, el conjunto de tareas y comportamientos lógicamente relacionados que las organizaciones desarrollan a través del tiempo para lograr resultados positivos de los negocios. Voy a citar declaraciones de distintos expositores y cifras en el Ecuador. “La internet es un canal de vida y de consumo, cualquier emprendedor tiene las mismas opciones que una compañía importante. Esa es la oportunidad que miles de emprendedores ecuatorianos están aprovechando día a día, y que ya está dando resultados favorables”. (Pueyrredon, 2012) “El encuentro de grandes actores y protagonistas de la economía digital en la región, se convirtió en una ventana al mundo de los negocios, que sirvió para comprobar el auge del comercio por Internet en el país. Vamos a profundizar el uso de las redes en las micro y medianas empresas, para profundizar estas herramientas. Pensamos crear plataformas que ayuden a los agricultores y ecuatorianos en general para que tengan todo tipo de acceso a información” (Cely, 2012). Almacenes De Prati, Termas de Papallacta, Pacificard, Patio Turca y Lotería Nacional recibieron el galardón Award Ecuador 2011 por ser las marcas líderes en las páginas webs del país. (Comercio, 2012).

Según la manera en que se han organizado y coordinado las actividades, harán a las organizaciones virtuales, expertas, constituyéndose de tal manera una fortaleza competitiva para la empresa. Un proceso de negocio a manera de ejemplo puede ser la creación de un plan de marketing, el desarrollo de un nuevo producto, etc. Como se ha estudiado con las declaraciones de los expertos en la materia citados anteriormente.

La evolución de los negocios virtuales han generado que las empresas que utilizan la tecnología, puedan percibir y responder al entorno con mayor rapidez que las empresas tradicionales, ya que cualquier información que se necesite para dar soporte a las decisiones de negocios importantes, están a la disponibilidad, en todo momento y en cualquier lugar de la empresa, dándoles por lo tanto, mayor flexibilidad para sobrevivir en tiempos difíciles del mercado.

Dentro de esta evolución se debe destacar la gran importancia que ocupa el negocio virtual móvil, para el Gerente de Marketing de Telefonía Claro, “El comercio por Internet está en pañales, todavía hay una base pequeña, pero cada vez los consumidores se vuelcan más al mundo de redes. En Ecuador se mueven alrededor de 100 millones de dólares al año vía online. Es un valor sumamente bajo para lo que podría ser”. (Maldonado, 2012), ya que en cualquier momento desde cualquier lugar y con cualquier dispositivo móvil sea este un teléfono celular, una computadora portátil o cualquier otro pequeño dispositivo de mano, existe comunicación virtual, se han tornado en plataformas de cómputo portátiles, las cuales permiten que se realicen tareas de cómputo que antes se realizaban desde un escritorio. La comunicación inalámbrica ayuda al empresario a comunicarse de una manera más fácil y ágil con los clientes, proveedores y empleados ofreciendo maneras más flexibles para organizar el trabajo, sin embargo para la ejecutiva de ventas online del grupo FOX Latinoamérica Channel (representante de Facebook Latinoamérica y propietarios de Myspace) el Ecuador es un país muy importante para su mercado. Dentro de la red social Facebook el 115% de la penetración en Latinoamérica, es realizada por ecuatorianos” (Martínez, 2012).

Los negocios virtuales móviles han dado soluciones en el mercado tales como habilitar a trabajadores por más de 10 años, soluciones que han sido focalizadas donde la gente interactúa trabajando con cualquier sistema operativo. El acceso inalámbrico es una extensión lógica de la infraestructura colaborativa.

La tecnología móvil también ha desarrollado nuevos productos, servicios y canales de distribución.

2.3 LA SIGUIENTE GENERACIÓN DE LOS NEGOCIOS VIRTUALES

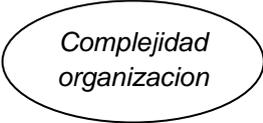
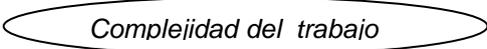
La próxima generación de los negocios virtuales generará una explosión de transacciones, habrán más usuarios, más dispositivos, más interacción lo que conllevará a realizar negocios más inteligente, con nuevas ciencias, nuevos mercados a cualquier hora y en cualquier lugar con muy bajos costos y se originarán millones de negocios entre billones de personas con trillones de artefactos; todo esto se logrará con una infraestructura que consiste en la información abierta, sin fronteras, más flexible, infalible, con una disponibilidad de información en tiempo real, de manera segura y rápida. “En tema de redes han logrado incorporar marcas reconocidas, que poco a poco ganan un espacio importante en este mundo digital. Países latinoamericanos como Brasil y Colombia presentan niveles de crecimiento alrededor del 20% los que están en aumento debido a que la penetración de Internet supera el 45%” (Sandoval, 2012). Durante las conferencias realizadas en la Cámara de Comercio de Guayaquil, más de 60 expertos discutieron sobre los desafíos, oportunidades, estrategias y nuevas tendencias en múltiples sesiones plenarias en forma de paneles. Entre ellos se destacaron el gerente general de Falabella.com, la representante de Visa Inc., quienes señalaron “Que el movimiento económico latinoamericano a través de internet, significa solo el 3,5% del comercio electrónico mundial” (Villa, 2012) (Correo, 2012).

2.3.1 COMO TIENEN ÉXITO LAS EMPRESAS EN LOS NEGOCIOS VIRTUALES

Las empresas hacen uso de una gran administración tecnológica, de tal manera que aprovechan la gran cantidad de información que se les presenta, la transforman la integran y logran con esto una efectividad organizacional. Las organizaciones siempre tienen en mente que el factor principal de su empresa es la gente consiguiendo con ellos una gran interacción y colaboración de parte de todos, y disponibilidad de aprendizaje para mejorar su actuación. Es aquí donde se propone a la firma Vanegas Abogados la creación de una página web, como herramienta para captar las cuentas de los migrantes ecuatorianos radicados en el Estado de Washington en los Estados Unidos de Norteamérica, que requieran servicios legales en el Ecuador.

La efectividad organizacional se la construye de la siguiente manera:

Tabla 1: Complejidad Organizacional

	<i>Más allá de la Empresa</i>	Comunicarse con entidades externas	Intercambio de conocimiento con grupos externos	Integrar entidades externas a sus procesos
	<i>À lo largo de la Empresa</i>	Estimular comunicación empresarial	Intercambio de conocimiento de grupos internos	Innovación de procesos de la empresa
	<i>Dentro de un grupo de Trabajo</i>	Comunicación de grupo eficiente	Intercambio de conocimiento en un grupo	Eficiencia de procesos de un grupo
		<i>Flujo de información (informar e inquirir)</i>	<i>Flujo de conocimiento (Descubrir y decidir)</i>	<i>Flujo de trabajo (Conducta y Control)</i>
				

Autor: Diego Gabela M., Catedrático de la USFQ

Para convencer a la firma Vanegas Abogados de entrar en el mundo virtual, se pone a su disposición, ejemplos de empresas líderes en el mundo virtual a través de sus páginas web:

Ilustración 2: Empresas líderes en los negocios virtuales



Fuente: Diego Gabela M., Catedrático de la USFQ

Como se ha visto en el gráfico anterior existen empresas líderes en el mercado mundial, que han innovado a través del mundo virtual. Vanegas Abogados debería seguir su ejemplo, de tal manera se le propones una estructura o arquitectura de los componentes que necesita la firma Vanegas Abogados, para triunfar en el mundo virtual, siguiendo el ejemplo de las empresas líderes que hemos mencionado anteriormente.

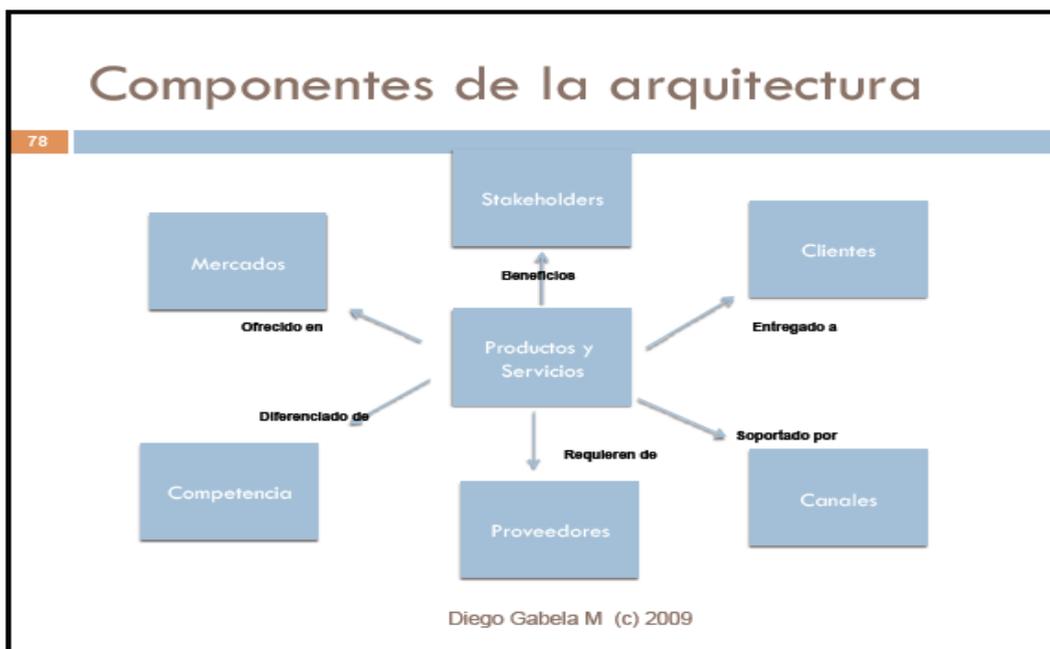
Adicionalmente en el cuadro no. 2, se señalará algunas de las empresas que en el Ecuador funcionan en el mundo virtual.

Tabla 2: Empresas Ecuatorianas virtuales

EMPRESAS ECUATORIANAS VIRTUALES			
Medios de comunicación	Empresas Comerciales	Entidades Bancarias	Empresas Turísticas
Diario el Universo	Deprati	Banco Bolivariano	Hotel Sheraton
Diario el Comercio	Sukasa	Banco del Pichincha	Hotel Hilton
Ecuavisa	Claro	Banco Produbanco	Hotel Marriott
Teleamazonas	Movistar	Banco del Pacífico	Aerolínea Tame

Elaborado por: Sandra Maingón Velasco

Ilustración 3: Componentes de la arquitectura de los negocios virtuales



Fuente: Diego Gabela M., Catedrático de la USFQ

2.4 LOS NEGOCIOS VIRTUALES SON UN MITO O SON UNA REALIDAD?

2.4.1 LA EXPLOSIÓN DEL INTERNET

Bajo estos títulos la gran pregunta que debe hacerse es si Vanegas Abogados cree en el futuro de los negocios virtuales, o se mantiene escéptico respecto de este tipo de negociación virtual, por las limitaciones comerciales o la inversión de capital que supone para una firma tradicional de abogados, la participación en este segmento de negocios que se va a focalizar en la comunicación e interacción con los migrantes ecuatorianos.

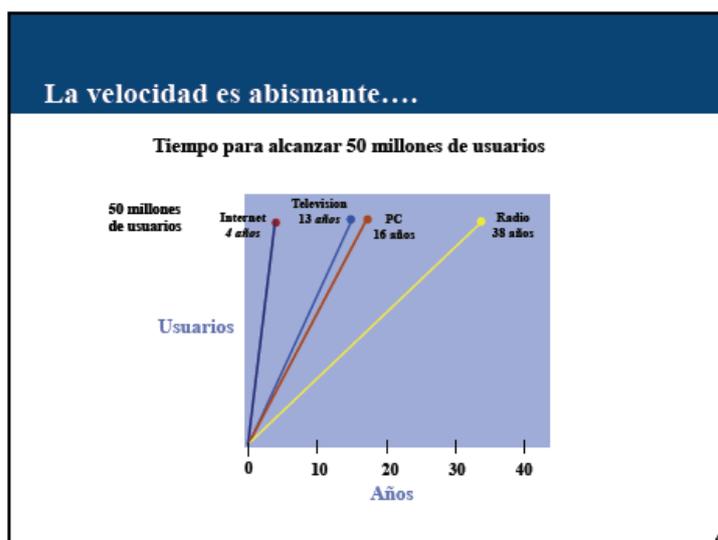
“Las nuevas fuerzas –desregulación, digitalización y globalización- requieren un cambio importante de actitud. En el antiguo mundo la información propia era un arma clave para obtener influencia sobre los socios empresariales. Ahora, gran parte de lo que usted considera propio, como diseños, listas de clientes e inteligencia de mercado, se encuentra prontamente disponible en cualquier otra parte, bajo la forma digital” (Downes, 1999).

La velocidad con la que se desarrollan los negocios virtuales, es impresionante, y por eso la firma Vanegas Abogados no puede dejar de participar en los negocios en el mundo virtual; en el siguiente cuadro se puede observar el tiempo que toma a una empresa de negocios virtuales, llegar a 50 millones de usuarios, se puede ver la tendencia del tiempo que les ha tomado a las distintas formas de comunicación llegar a 50 millones de usuarios, observamos por ejemplo que a la radio le tomó 38 años llegar a 50 millones de usuarios, mientras que al internet le tomó llegar a los mismos 50 millones de usuarios, 4 años.

En el siguiente cuadro hay un balance comparativo de cómo el internet ha permitido un desarrollo desde que este se inventó, en 1997 hasta el año 2003, el 25% de los hogares norteamericanos usó el Banco para pagar sus cuentas a través de los servicios por internet. En el Ecuador también tenemos un desarrollo exponencial de los servicios bancarios a través del internet a sus

cuentas correntistas y cuenta ahorristas, como por ejemplo Banco del Pichincha, Banco Bolivariano, Produbanco, Banco del Pacífico, Banco Proamérica, Banco de Machala, entre otros.

Ilustración 4: Relación en función al tiempo para llegar a 50 millones de habitantes



Fuente: Diego Gabela M., Catedrático USFQ

El tiempo requerido para alcanzar un 10% de participación en el mercado potencial a una empresa en función de años tradicional y al internet, por ejemplo a la telefonía en 38 años le tomó alcanzar el 10% de participación en el mercado, pero a la conexión por internet le tomó solamente 2 años alcanzar el 10% del mercado potencial.

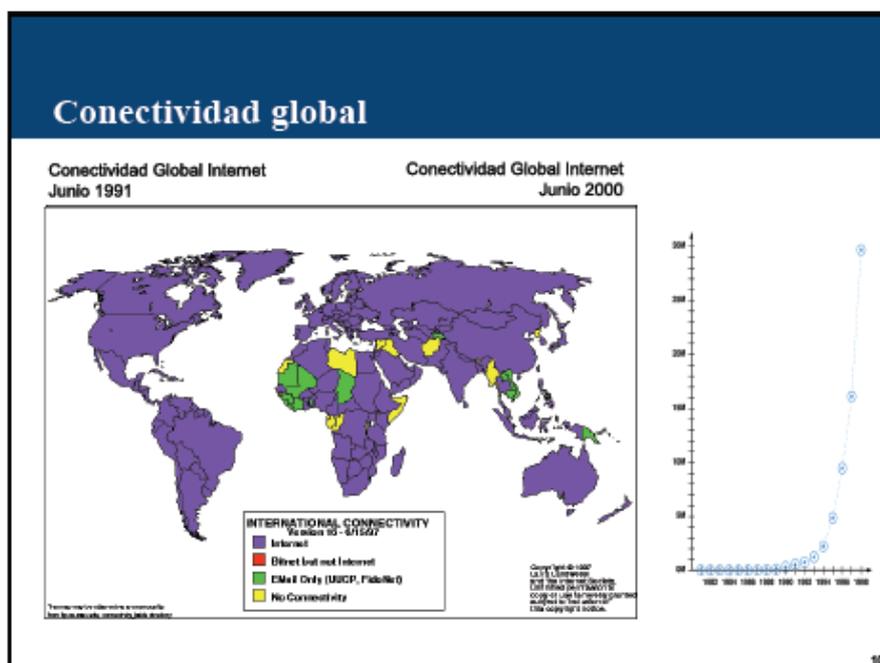
Estas estadísticas porcentuales fueron expresadas por el PHD Diego Gabela M. profesor de la Universidad San Francisco de Quito. El siguiente cuadro no. 5, es muy importante para poder entender la velocidad del crecimiento de los negocios virtuales, y como hoy día la tecnología hace que los mercados mundiales funcionen a través de estos nuevos sistemas de comunicación. La población ha crecido tanto y el desarrollo de los sistemas de comunicación, permite una interconexión tan rápida, que lo que a un periódico le tomó 41 años

para comunicar a sus consumidores, al internet le ha tomado un promedio de 2 a 5 años.

“Mientras los sistemas sociales mejoran de manera gradual, la tecnología lo hace de manera exponencial. A medida que aumenta la distancia entre los dos, lo mismo ocurre con la posibilidad de que se produzca un cambio discontinuo, desgarrador, en definitiva: Revolucionario” (Downes, 1999)

Es impresionante ver el desarrollo de estos sistemas de tecnología inteligente que han permitido unificar y conectar al mundo, terminar con las fronteras y hacer que el desarrollo de las actividades comerciales, industriales, de servicios hayan cambiado totalmente, por eso la empresa que no entra en el mundo del internet, va quedando a la zaga. Los ejemplos ya se vieron en las principales marcas del primer capítulo de este trabajo de titulación, si esas marcas no hubieran entrado en el mercado del internet, hoy día no fueran líderes mundiales y en el Ecuador, de servicios y productos a través de esta conectividad, que es una realidad hoy día en el mundo. Por eso se considera que la firma Vanegas Abogados, debe entrar en los negocios virtuales.

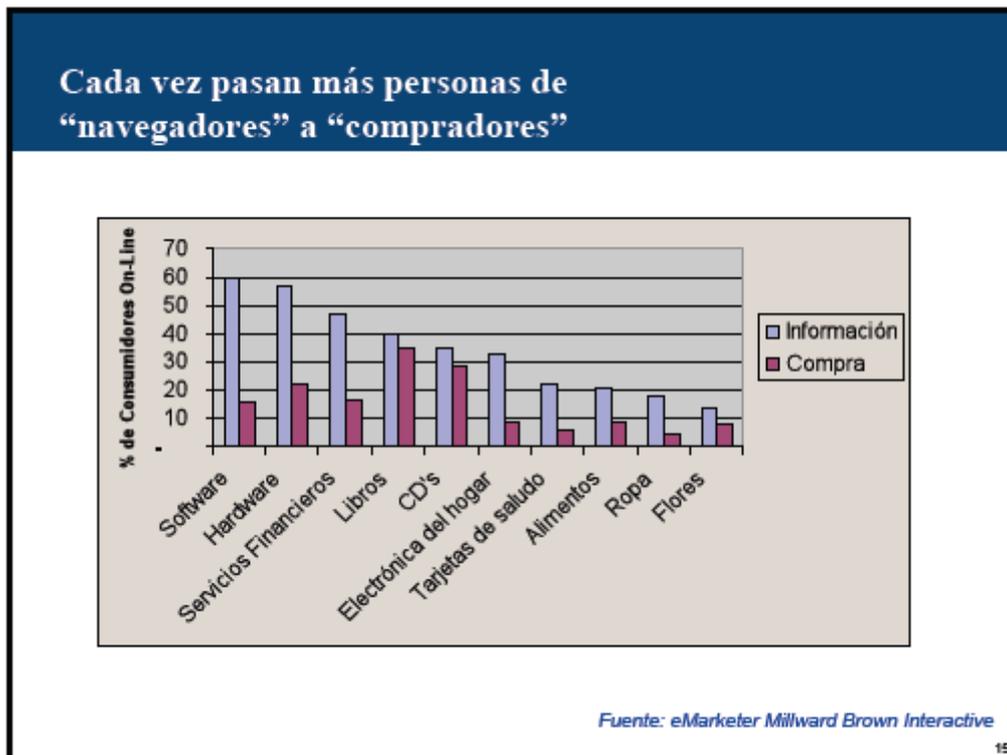
Ilustración 5: Conectividad Global



Fuente: Diego Gabela M., Catedrático de la USFQ

Si se valora la participación en el mercado virtual y la aparición de nuevos sistemas de comunicación Instagram, twitter, Facebook, etc., se va a comprender de la necesidad que firmas de abogados tradicionales, ofrezcan sus servicios a migrantes ecuatorianos a través de los negocios en el mundo virtual, se encontrará que los negocios virtuales se han convertido en una herramienta muy útil, para quienes tienen interesantes ideas de desarrollar actividades de comercio, a bajo costo con una gran proyección, y que se van compenetrando con el flujo de conocimientos del mundo moderno. El número de empresas con presencia en el mundo virtual, ha crecido sensiblemente, los cuadros estadísticos nos permiten demostrar el crecimiento de este tipo de empresas, en flujos muy claros de desarrollo comercial y económico

Ilustración 6: Relación entre navegadores y consumidores

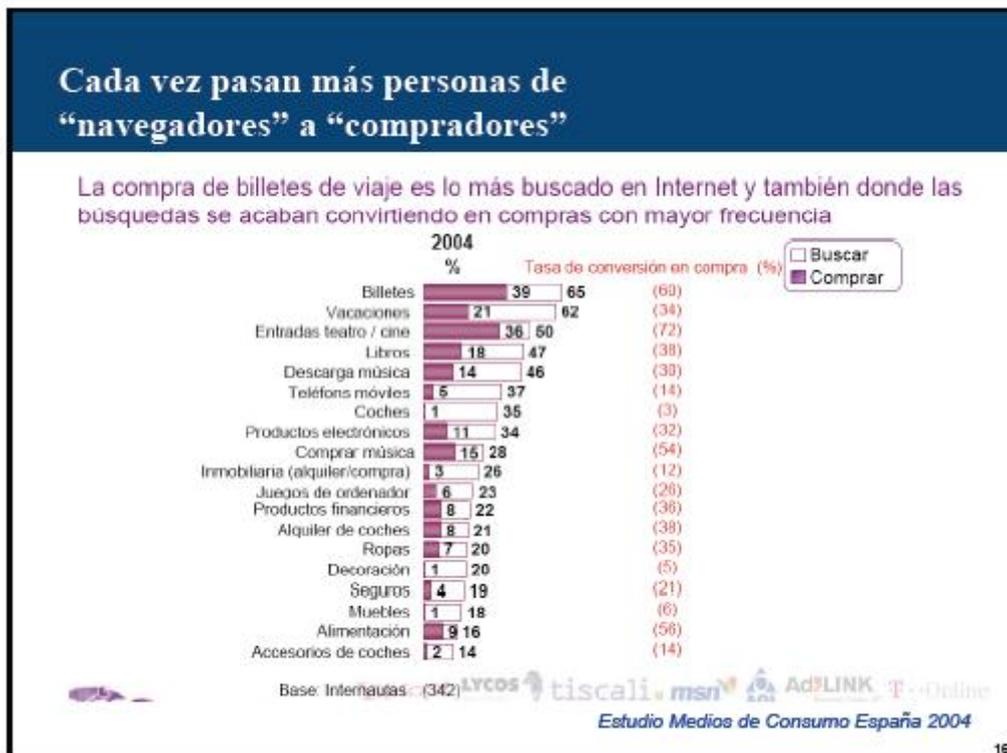


Fuente: (Interactive, 2009)

Culturalmente en todo momento que se va desarrollando actividades en el internet, diariamente, semanalmente, mensualmente, anualmente, muchas más personas se van convirtiendo de simples navegadores a compradores, por eso se defiende en este trabajo de titulación la necesidad que la firma Vanegas Abogados, ofrezca a los migrantes ecuatorianos sus servicios legales a través de los negocios en el mundo virtual, porque este sistema de comunicación mundial ya ha pasado más allá de la globalización, y se encuentra en la era de la integración mundial que a través del internet, permite llegar a un mercado de más de 2.000 millones de habitantes.

Se observará a manera de ejemplo en el siguiente cuadro el estudio de mercado de consumo en España en el 2004, demuestra que la compra de billetes de viaje es lo más buscado en internet y también donde la búsqueda se acaba convirtiendo en compras con mayor frecuencia.

Ilustración 7: comparación entre distintos productos vendidos virtualmente



Fuente: (España, 2004)

2.4.2 MITO O REALIDAD

Como se había mencionado al inicio de esta investigación se debe llegar a estas conclusiones, este trabajo de titulación trata de proponer a la firma Vanegas Abogados que empiece a ofrecer sus servicios legales a los migrantes ecuatorianos a través de los negocios en el mundo virtual. La pregunta de fondo que se debe hacer es sí los negocios virtuales, son un mito o una realidad.

Los negocios virtuales son un tema de negocios y no de tecnologías, la tecnología está en la computadora en los creadores de las computadoras, no se entra a desarrollar ni a analizar los temas técnicos de la computadora ni del internet, en este trabajo de titulación se propone a la firma Vanegas Abogados, que ofrezca sus servicios legales a las colonias de migrantes ecuatorianos en el exterior a través del mundo virtual, para desarrollar nuevos sistemas o culturas de transacciones comerciales que le van a permitir crecer a la firma Vanegas Abogados, y desarrollar mercados que nunca ha explorado.

Los negocios virtuales es un tema de negocios y eso debe quedar claro al lector de este trabajo de titulación, este trabajo de titulación no es un tema de tecnología, es un tema de negocios, que utiliza la tecnología como una herramienta de comunicación, para que los consumidores puedan adquirir los bienes o servicios que se ofertan en el mercado. Es un hecho cierto que los negocios virtuales han provocado cambios radicales en la forma de hacer negocios en el mundo de hoy, por ejemplo:

La desintermediación.- Esto es que los consumidores se comunican desde su computadora con la empresa tradicional, y conoce desde el terminal todos los bienes y servicios que nos ofrece la empresa tradicional, no tiene que tratar con un vendedor. Se mencionará un ejemplo que sea muy fácil de comprender para todo el lector de este trabajo de titulación, por lo tanto se utilizará a un cantante

como Luis Miguel (conocido universalmente) para explicar la desintermediación.

Cadena de Valor

Luis Miguel → Sello disquero → Mayorista → Retail → Fans

Antes en esta cadena de valor para que los fans pudieran conversar con Luis Miguel tenían que pasar por todo esto, en la actualidad los fans tienen una comunicación directa con Luis Miguel, conocen todo lo que quieren saber de él a través de Twitter, a través de Facebook, de Instagram, de todos los mecanismos de internet. Con este ejemplo se hace referencia a un cantante mundialmente conocido, pero esta desintermediación se puede aplicar ya a sistemas muchos más complejos, como por ejemplo Deprati, Amazon, Banco Bolivariano, Banco del Pacífico, Municipio de Guayaquil, SRI entre otros ejemplos, que permite comprender que desde el terminal privado de cada consumidor, se pueda hacer la misma operación para cualquier producto o servicio. Por ejemplo un consumidor necesita conocer la cadena de valor de la Superintendencia de Compañías, de manera que ingresando a la página web de la institución, el usuario tiene toda la información que necesite.

El autoservicio.- El consumidor busca lo que necesita y consume lo que necesita, es decir tiene la capacidad del autoservicio que es fundamental en el mundo moderno, el tiempo se ve limitado para todas las actividades que tiene que realizar la persona natural, si es una mujer que es madre, esposa, que trabaja, que estudia, necesita tener la capacidad de resolver sus problemas con la mayor eficiencia, con la mayor calidad, con la mayor seguridad, los negocios virtuales le brinda esa posibilidad a través del autoservicio.

Transparencia en la información.- La persona tiene la posibilidad de conocer toda la información de la empresa, es decir su abanico de productos o servicios, sus promociones, sus precios, para que tengan credibilidad en el mercado.

Convergencia de industrias.- Desde su terminal personal la persona puede simultáneamente comprar por ejemplo para un carro la batería, llantas, asientos, parabrisas, audio, etc., que más le convenga o requiera, desde su computadora tiene distintos proveedores, es decir tiene una convergencia de industrias.

Canibalización y conflicto con canales actuales.- Las industrias y los comercios luchan entre ellos para captar a los clientes, es tal el nivel de competencia, que buscan desplazar al otro que cuenta con los negocios virtuales.

La Fragmentación de las Industrias.- Se encuentran a especialistas de diseño, dueños de las marcas, especialistas de proceso, Brokers, proveedores ad-hoc y capacidad de manufactura. Esta fragmentación de la industria permite a través de la web, no reunir todas estas cualidades sino que comprar directamente lo que el consumidor necesita, es decir, antes el consumidor tenía que comprar un producto terminado en una sola casa comercial, por ejemplo si el consumidor quería comprar un carro tenía el producto terminado, actualmente si el consumidor quiere comprar un carro puedo elegir el audio de una marca, las llantas de otra marca, la batería de otra marca, los asientos de otra marca, entonces el mercado está fragmentado lo cual es muy valioso para el consumidor final.

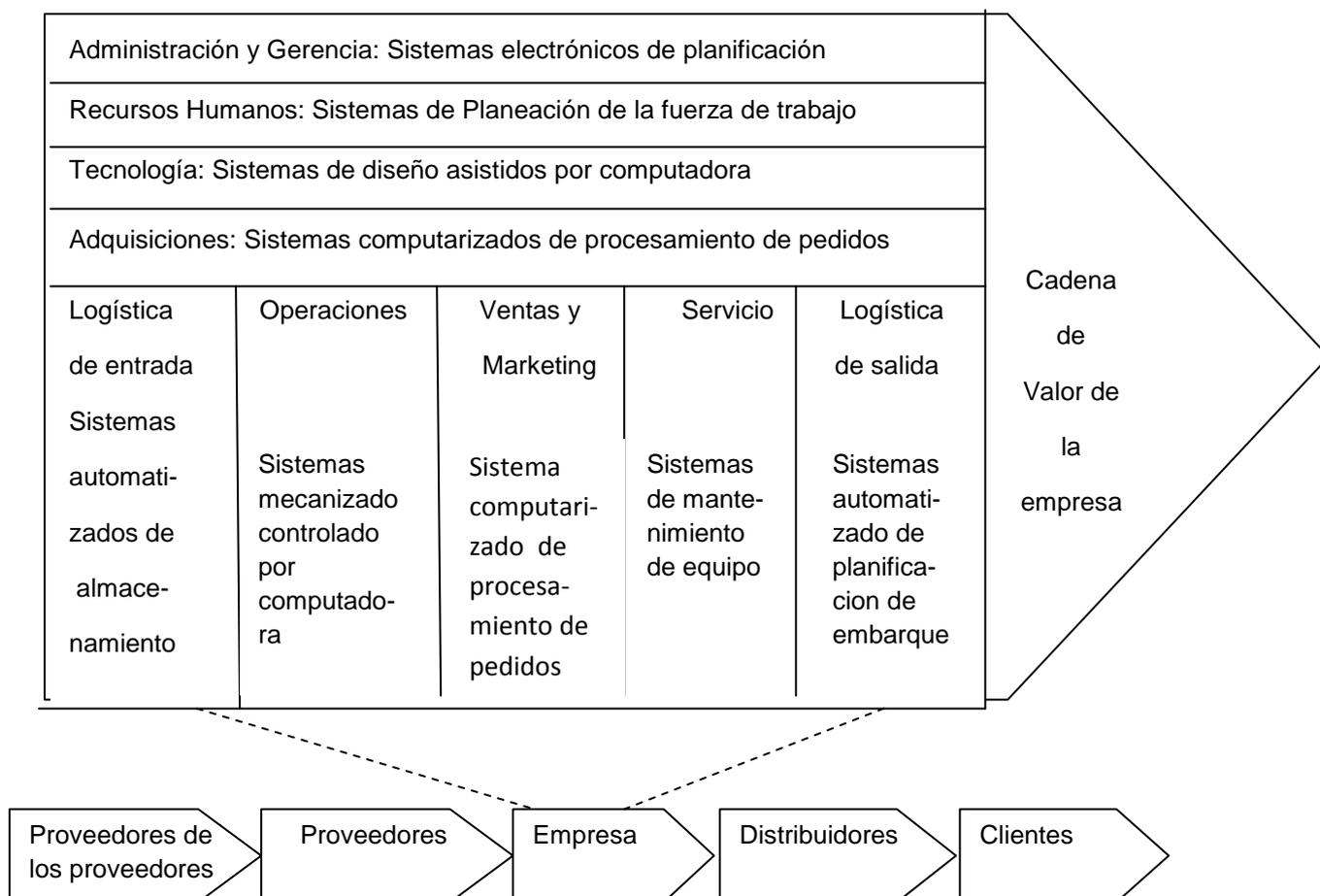
2.5 LOS NEGOCIOS VIRTUALES

Los negocios virtuales impactan toda la cadena de valor, desde hacer marketing, desarrollar productos, vender, manejar pedidos, abastecer productos, la distribución, el servicio a los clientes, entre otros. Pero que es la Cadena de Valor?, son todas las actividades básicas que se realizan en una empresa que agregan valor a un producto o servicio, la firma Vanegas Abogados, es una empresa que debe desarrollar funciones de creación de valor a un costo menor que el de su competencia y teniendo de manera paralela como resultado, servicios de calidad. A través de la cadena de valor de la firma Vanegas Abogados, se puede lograr ventajas competitivas si se tienen claro los objetivos (migrantes ecuatorianos) y recursos que posee (tradición, confiabilidad, prestigio, imagen, infraestructura, experiencia, etc.).

La cadena de valor señala las actividades específicas que debe desarrollar la firma Vanegas Abogados en el mundo de negocios virtuales, en los que podrían aplicar mejor las estrategias competitivas, y en las que es más probable que los negocios virtuales tengan un impacto estratégico, esto es, que la cadena de valor identifica donde la firma Vanegas Abogados, puede hacer uso de la tecnología en la que se basan los negocios virtuales, con mayor eficacia para mejorar su posición competitiva.

En el siguiente cuadro se observa de forma detallada, como los negocios virtuales impactan a toda la cadena de valor de una empresa que decide entrar en los negocios virtuales.

Tabla 3: Cadena de Valor



Fuente: Kenneth C. Laudon, Sistemas de Información Gerencial

2.5.2 CÓMO CONSTRUIR UN MODELO DE NEGOCIOS VIRTUALES

En este trabajo de titulación se impulsa a la firma Vanegas abogados, a desarrollar un servicio legal a través de los negocios en el mundo virtual, es obvio también que se tiene que generar una propuesta para Vanegas Abogados de cómo construir un negocio en el mundo virtual. La idea de que las empresas tienen éxito al crear valor no es nueva, desde hace muchos años sabemos que toda empresa que crea valor tiene éxito. Cuando empezó la industrialización en el mundo, en Inglaterra se creó valor a la empresa, se industrializó, cuando se desarrolló la medicina, se creó valor a los laboratorios farmacéuticos, en la industria textil los pantalones jean de marca Levis crearon

valor a una tela que ya existía que la utilizaban los marineros, la empresa coca cola que en 1.940 y 1.950 agregó valor a su empresa a través del marketing, que identificó “coca cola es así” y el mundo entero entendió que el que toma coca cola es un triunfador, el que toma coca cola es un gran deportista, el que toma coca cola hace lo correcto y porque las cosas mágicas suceden cuando tomas coca cola, porque “coca cola es así” es un eslogan que creó valor a esa empresa, ese no es un concepto nuevo.

Pero lo que sí es nuevo, es la manera en que los innovadores modelos de negocios están ofreciendo ese valor, porque el siglo XXI, es el siglo de la tecnología y el sistema de comunicación entre cualquier empresa y los habitantes del mundo, es completamente nuevo. Hoy día se tiene una comunicación instantánea, no se necesita de la televisión para enterarse de lo que ocurre en el mundo existe Twitter, existe Facebook, existe Instagram, existe internet, se tienen noticias en línea, se está un paso mucho más allá en la comunicación y eso es la tecnología de la comunicación, por eso crear valor ahora en una empresa, es ofrecer un servicio realmente superior al de la competencia, un ejemplo claro son los bancos, hoy día las actividades financieras se realizan desde nuestro escritorio, desde la comodidad de nuestra casa nosotros no necesitamos trasladarnos al banco para saber el movimiento y saldo de nuestra cuenta, para realizar transferencias, pago de servicios, pago de tarjetas de crédito, a ese punto hemos llegado, el banco ha creado valor en su empresa.

La empresa debe hacerse la idea de que la innovación debe ser en el mundo de las tecnologías, en el mundo virtual, cuáles preguntas se deben responder para crear estos negocios virtuales que son completamente innovadores, porque la empresa antigua era un edificio de ropa, como el almacén Deprati que tenía un departamento por tiendas y la persona tenía que ir al centro no tenía como parquearse, no tenía la facilidad de ver a través de su computadora lo nuevo del stock de ropa de Deprati, entonces la pregunta que tiene que hacerse el empresario contemporáneo para crear valor, es: como hago para

que mi empresa esté permanentemente en contacto con mis clientes?, si el empresario tiene una librería, el empresario quiere que sus clientes sepan cuáles son los libros que han llegado a esta librería, Mr. Books es un ejemplo, uno puede comunicarse en la página web de Mr. Books, está innovando está creando valor.

Por eso es una convicción que la firma Vanegas Abogados tiene que participar en los negocios virtuales, haciendo uso como una herramienta para este objetivo, el diseñar una página Web que cubra las expectativas de sus potenciales clientes, tiene que innovar, tiene que crear valor agregado a los servicios legales, y en el siglo XXI el valor agregado es la respuesta que una firma de Abogados tradicional, le da a sus clientes y en este caso específico a las colonias de migrantes ecuatorianos en todo el mundo, la posibilidad de conocer sus experticias profesionales y la real oportunidad que tiene ese migrante de tener un servicio legal en línea.

Pero al momento de esta innovación se realizan las siguientes preguntas para crear estos nuevos modelos de negocios virtuales:

-¿Qué modelo de administración de negocios se necesita para que las experiencias con nuestros clientes sean algo único y memorables?

-¿Nuestro modelo de negocios cumple con las prioridades de nuestro cliente? Hoy? Mañana?

-¿Qué capacidades y actitudes se necesita para crear estas experiencias?

-¿Cómo estamos estructurados para ser eficientes?

-¿Estamos orientados a funciones o a procesos?

-¿Cómo vendemos? ¿Cómo distribuimos?

-¿Cómo integrar y acondicionar nuestra infraestructura del pasado para cumplir con los nuevos requerimientos?

-¿Estamos listos?

Es aquí que se llega a la propuesta de crear o construir un modelo de negocios virtuales para la firma Vanegas Abogados, el mismo que encontrará en el capítulo 5 de este trabajo de titulación.

2.6 NEGOCIOS ELECTRÓNICOS

Negocios electrónicos (e-commerce), es el proceso de comprar y vender bienes y servicios en forma electrónica, que implica transacciones utilizando internet, redes y otras tecnologías digitales. (Laudon, 2008)

2.6.1 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LOS NEGOCIOS ELECTRÓNICOS

Ventajas de los negocios electrónicos:

- Incrementa las ventas, reduce los costos
 - Permite a los pequeños negocios tener una base de clientes global
 - Reducir costos a través de ventas electrónicas, manejo de precios y toma de órdenes de compras.
- Provee oportunidades de compras para compradores (los negocios pueden identificar nuevos proveedores o socios).
- Incrementa la velocidad y precisión del intercambio de información, reduciendo costos.
- Los negocios pueden realizarse las 24 horas del día.
- El nivel de detalle de la compra es seleccionada por el usuario.

- Los productos digitales pueden ser entregados instantáneamente.
- Reembolso de impuestos, retiros públicos y soporte de liquidaciones pueden costar mucho menos sobre el internet.
- Permite que los productos y servicios puedan ser disponibles en áreas remotas.

Desventajas de los negocios electrónicos:

- Inhabilidad de vender ciertos productos (Ej.: joyas de alto valor, alimentos perecibles, etc.)
- La continua y cada vez más nueva evolución de la tecnología.
- Muchos productos requieren de una gran cantidad de gente que lo compren para ser viable.
- Alta inversión de capital.
- Dificultad en integrar las bases de datos actuales y los procesos transaccionales en soluciones de comercio electrónico.
- Obstáculos culturales y legales:
 - Transmisión de detalles de tarjetas de crédito
 - Ciertos clientes se resisten al cambio
 - Las leyes aún no son claras
- Perfil del envío: Productos con un bajo valor por peso no pueden ser eficientemente empacados y el envío no es viable (se usa el comercio tradicional).

2.6.3 SISTEMAS DE PAGOS

Los sistemas de pagos siguen en evolución (tarjetas de crédito, tarjetas de débito, entre otros sistemas de pago), los pagos electrónicos son mucho más baratos.

2.7 ESTRATEGIAS DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

Las organizaciones que emprenden negocios electrónicos lo hacen desde diferentes puntos de partida, porque hay empresas que ya están establecidas y hay otras empresas que son nuevas:

- Nuevas organizaciones en línea nacidas en la red, basadas en flexibilidad y agilidad, que son los innovadores que no han tenido un negocio antes
- Organizaciones tradicionales reconocidas, que entran en internet y se reposicionan para sacar provecho de ese mercado electrónico

Existe una nueva forma de ingresar al mercado: Consorcios electrónicos

- Un consorcio de negocios electrónicos es una entidad en línea dentro de un mercado electrónico, por medio de la cual un grupo de fuerzas pertenecientes a organizaciones individuales se pueden combinar y explotar para crear valor futuro. (Gabela, 2009). Por ejemplo un emprendedor tiene un producto que no tendría tanta fuerza por sí mismo, pero entra a asociarse con Amazon y pone su producto a venderlo en esa empresa.

El servicio o valor agregado ofrecido al cliente tiene como clave la ejecución la cual se genera en dos dimensiones: el precio y el servicio, cuyo vector a ojos

del cliente, es lo que constituye en Valor. Un mercado electrónico es controlado por el precio y por el servicio, en donde el precio depende del volumen y de la eficiencia operativa y el servicio depende de la información de valor agregado.

2.8 CATEGORÍAS DE NEGOCIOS ELECTRÓNICOS

En los Negocios electrónicos se identifican cuatro categorías principales: de negocio a negocio (B2B), de negocio a consumidor (B2C), de consumidor a consumidor (C2C) y de consumidor a negocio (C2B).

El negocio a negocio (B2B) se basa en la creación de transacciones entre entidades comerciales a través de las redes de comercio, es decir del mercado virtual, que pueden ser públicas o privadas; el negocio a consumidor (B2C) se refiere a la venta online de bienes y servicios entre empresas y consumidores finales; de consumidor a consumidor (C2C) trata de intercambios online de bienes e información entre consumidores finales por lo general mediante foros que pueden adoptar la forma de una sala de chat con intercambio de mensajes en tiempo real; entre consumidores y empresas (C2B) implica intercambios online mediante los cuales los consumidores buscan vendedores y les hacen ofertas estableciendo los términos de una transacción, estos grupos de consumidores pueden tener motivaciones económicas o pueden tener una orientación social, como los grupos defensores de una causa.

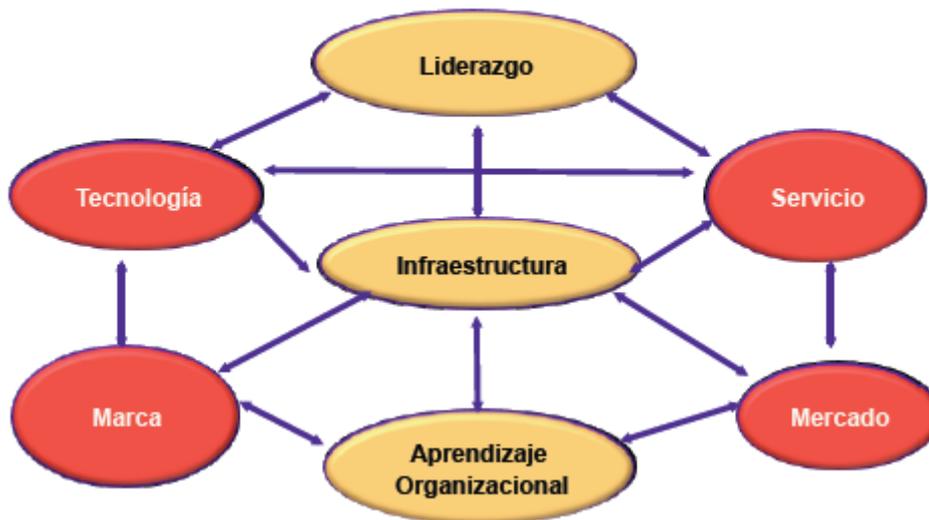
2.8.1 LAS SIETE DIMENSIONES DE LOS NEGOCIOS ELECTRÓNICOS

Estas dimensiones se clasifican en dos factores, factores posicionales y factores vinculantes. Los Factores posicionales son Tecnología, Servicio,

Mercado y Marca; los factores vinculantes son Liderazgo, Infraestructura y Aprendizaje organizacional.

Ilustración 8: Las 7 dimensiones de los negocios electrónicos

Las siete dimensiones del e-commerce



Fuente: Diego Gabela M., Catedrático de la USFQ

2.9 MERCADOS ELECTRÓNICOS

El Mercado Electrónico juega un rol fundamental en la economía, facilitando el intercambio de información bienes, servicios y pagos. En el proceso ellos pueden crear valor económico para compradores, vendedores, intermediarios de mercado y para la sociedad en general. En el Mercado electrónico existen múltiples compradores y vendedores establecen comunidades de usuarios en la Web donde intercambian en forma dinámica productos, servicios, con el fin de facilitar los procesos comerciales, sin importar la ubicación geográfica de los mismos.

En el Mercado Electrónico se han producido cambios en varios procesos usados en las cadenas de intercambio y suministros. Esos cambios manejados por la tecnología resultan en:

- Mayor riqueza en la información en los ambientes transaccionales y relacionales
- Menores costos de búsqueda de información
- Disminuir asimetrías en información entre compradores y vendedores
- Optimizar la separación entre tiempo de compra y tiempo de posesión física de productos adquiridos en el Mercado Electrónico
- Habilidad de que los compradores y vendedores estén en diferentes lugares

2.9.2 BENEFICIOS PARA EL COMPRADOR

El Mercado Electrónico para el comprador implica:

- Reducción de costos por transacción, ya que la operatoria es directa entre comprador y vendedor
- Reducción de cargas administrativas y gastos indirectos
- Reducción en tiempos ya que encuentra en un solo lugar, toda la información en lugar de buscarla dispersa en la red y luego visitar la web de cada proveedor
- Mayor variedad de fuentes de suministro, ya sea del mismo país o del exterior (internacionalización)

2.9.3 BENEFICIOS PARA EL PROVEEDOR

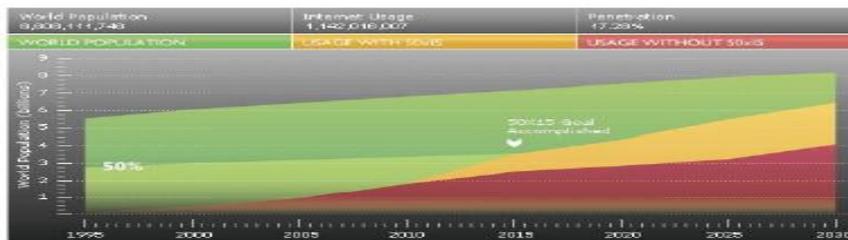
Para el proveedor el mercado Electrónico implica:

- Una ampliación de la base de datos de clientes potenciales, ya sean del país o del exterior (internacionalización)
- Reducción de tiempos dedicados a la búsqueda de estos clientes
- Le facilitan la primera etapa de contacto con el cliente potencial
- Aumento de la fidelización de los “ya” clientes
- Menores costos por transacción
- Aumento de su poder mediante posibles alianzas

2.10 PERFILES DE EN EL ECUADOR Y EL MUNDO

En los siguientes gráficos se observará la penetración porcentual del internet y su crecimiento en los distintos continentes y países del mundo.

Ilustración 9: Estadística de población de usuarios

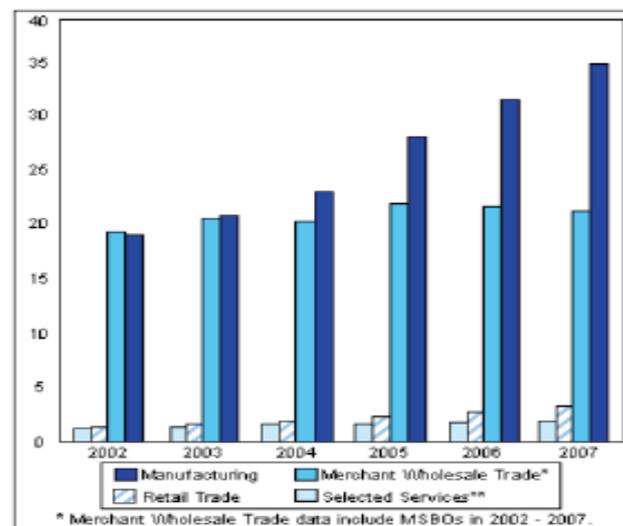


En primer lugar aclarar que lo que pretende AMD es que la penetración porcentual (%) de la población de usuarios de Internet alcance una cuota del 50% (actualmente un 18%), según los cálculos de AMD sin la ayuda de esta iniciativa en 2015 la penetración porcentual de Internet a nivel mundial sería de un 35% mientras que gracias a la iniciativa alcanzaría el mencionado 50%.

Fuente: (Report, 2009)”

Ilustración 10: Estadística de valores en el mercado de los negocios virtuales a nivel mundial

E-commerce as Percent of Total Value: 2002 - 2007



Fuente: (Trade, 2009)

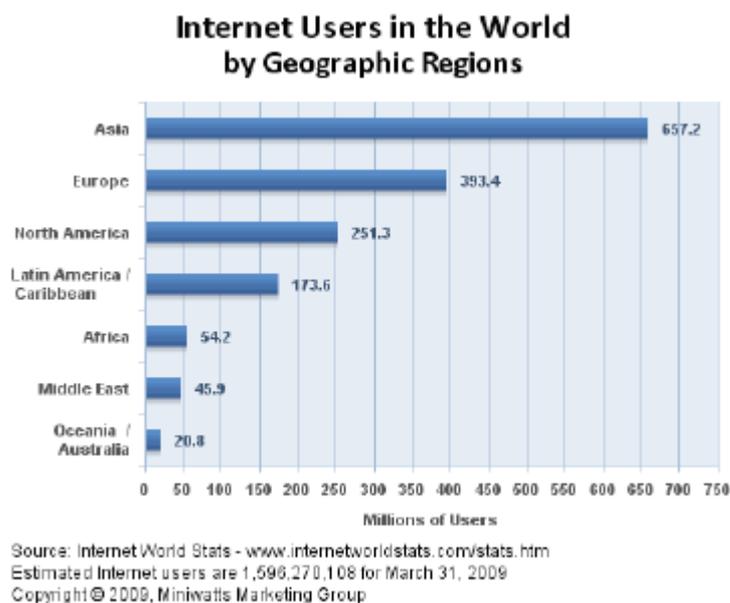
Ilustración 11: Estadística del uso del internet a nivel mundial

WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS						
World Regions	Population (2008 Est.)	Internet Users Dec. 31, 2000	Internet Users Latest Data	Penetration (% Population)	Users Growth 2000-2008	Users % of Table
Africa	975,330,889	4,514,400	54,171,500	5.6 %	1,100.0 %	3.4 %
Asia	3,780,819,792	114,304,000	657,170,816	17.4 %	474.9 %	41.2 %
Europe	803,903,540	105,096,093	393,373,398	48.9 %	274.3 %	24.6 %
Middle East	196,767,614	3,284,800	45,861,346	23.3 %	1,296.2 %	2.9 %
North America	337,572,949	108,096,800	251,290,489	74.4 %	132.5 %	15.7 %
Latin America/Caribbean	581,249,892	18,068,919	173,619,140	29.9 %	860.9 %	10.9 %
Oceania / Australia	34,384,384	7,620,480	20,783,419	60.4 %	172.7 %	1.3 %
WORLD TOTAL	6,710,029,070	360,985,492	1,596,270,108	23.8 %	342.2 %	100.0 %

NOTES: (1) Internet Usage and World Population Statistics are for March 31, 2009. (2) CLICK on each world region name for detailed regional usage information. (3) Demographic (Population) numbers are based on data from the US Census Bureau. (4) Internet usage information comes from data published by Nielsen Online, by the International Telecommunications Union, by IBC, local Regulators and other reliable sources. (5) For definitions, disclaimer, and navigation help, please refer to the Site Surfing Guide. (6) Information in this site may be cited, giving the due credit to www.internetworldstats.com. Copyright © 2001 - 2009, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

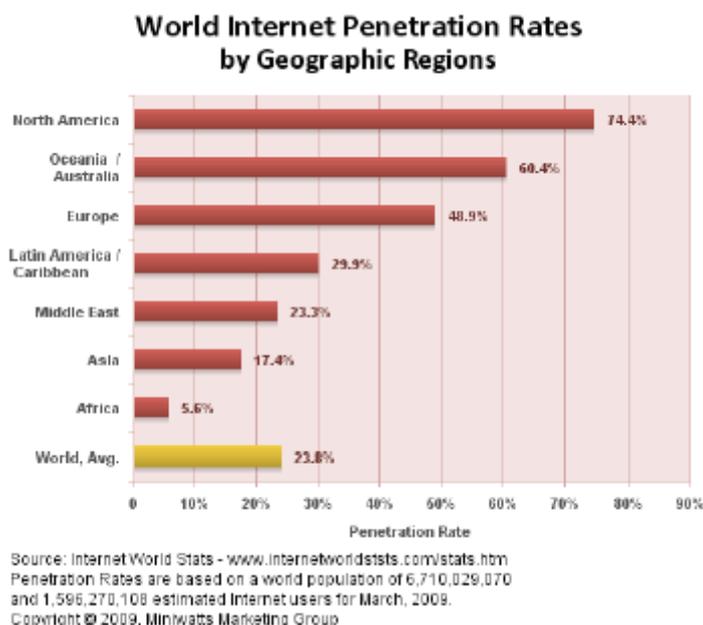
Fuente: (Group, Charla Magistral, 2009)

Ilustración 12: Población que utiliza el internet a nivel mundial



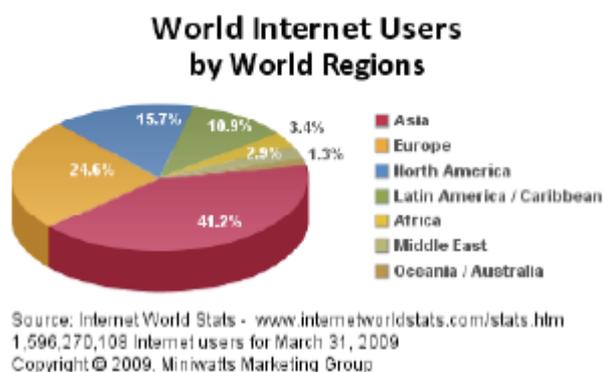
Fuente: (Stats I. W., Charla Magistral, 2009)

Ilustración 13: Introducción mundial del internet



Fuente (Stats I. W., Charla Magistral, 2009)

Ilustración 14: Usuarios del internet a nivel mundial



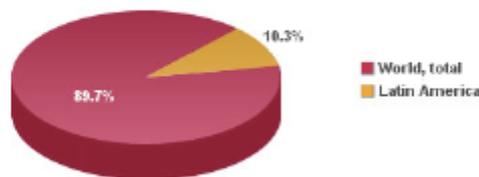
Fuente (Stats I. W., 2009)

Ilustración 15: Usuarios del internet en Latinoamérica

LATIN AMERICAN INTERNET USERS AND POPULATION STATISTICS						
REGION	Population (2008 Est.)	% Pop. of World	Internet Users, Latest Data	% Population (Penetration)	User Growth (2000-2008)	Users % of World
Latin America Only	563,995,884	8.4 %	169,724,940	30.1 %	853.9 %	10.6 %
Rest of the World	6,146,033,186	91.6 %	1,426,545,168	23.2 %	315.7 %	89.4 %
WORLD TOTAL	6,710,029,070	100.0 %	1,596,270,108	23.8 %	342.2 %	100.0 %

NOTES: (1) Latin American Internet Usage and Population Statistics were updated for March 31, 2009. (2) CLICK on each region name to see detailed data for individual countries and regions. (3) See the [site surfing guide](#) for help and definitions. (4) Population numbers are based on data from the U.S. Census Bureau. (5) The most recent usage comes mainly from data published by Nielsen-Online, by ITU, and trustworthy local sources. (6) Data from the Internet World Stats site may be cited, giving the due credit and establishing an active link back to [Internet World Stats](#) Copyright © 2009, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved.

Latin American Internet Users

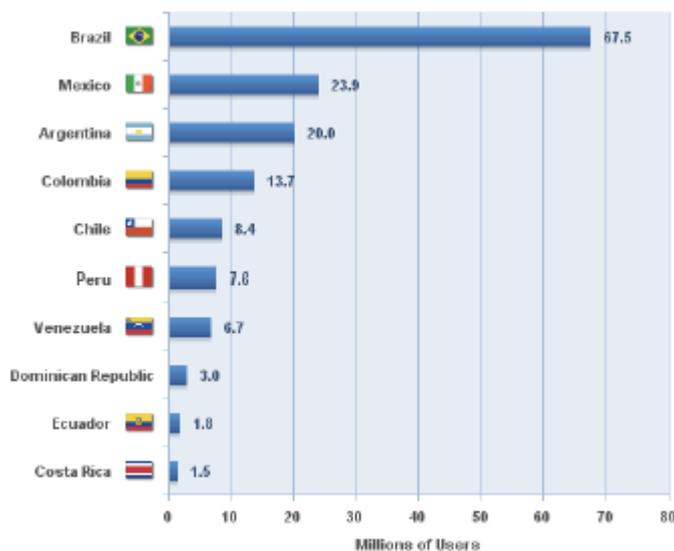


Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com
 1,574,313,184 estimated world Internet users on Dec. 2008
 Copyright © 2008, Miniwatts Marketing Group

Fuente: (Stats I. W., Charla Magistral, 2009)

Ilustración 16: Los 10 países que más utilizan el internet en Latinoamérica

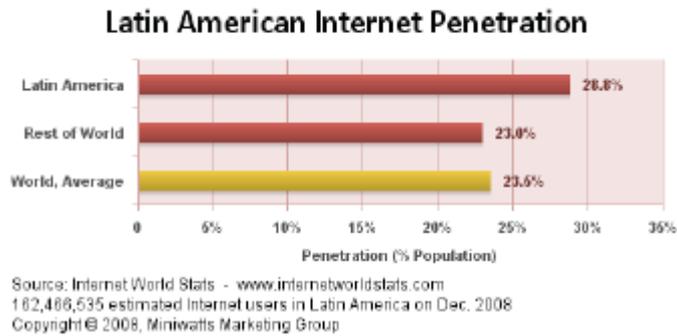
Latin America - Top 10 Internet Countries



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com
 162,466,535 estimated Internet Users in Latin America for Dec. 2008
 Copyright © 2009, Miniwatts Marketing Group

Fuente (Stats I. W., Charla Magistral, 2009)

Ilustración 17: Aceptación del internet en Latinoamérica



Fuente: (Stats I. W., Charla Magistral, 2009)

Ilustración 18: Usuarios Latinoamericanos del internet

Latin American Internet Usage					
LATIN AMERICA COUNTRIES / REGIONS	Population (Est. 2008)	Internet Users, Latest Data	% Population (Penetration)	User Growth (2000-2008)	% Users in Table
Argentina	40,481,998	20,000,000	49.4 %	700.0 %	11.8 %
Bolivia	9,601,257	1,000,000	10.4 %	733.3 %	0.6 %
Brazil	196,342,587	67,510,400	34.4 %	1,250.2 %	39.8 %
Chile	16,454,143	8,368,719	50.9 %	376.2 %	4.9 %
Colombia	45,013,674	17,478,505	38.8 %	1,890.7 %	10.3 %
Costa Rica	4,195,914	1,500,000	35.7 %	500.0 %	0.9 %
Cuba	11,423,952	1,310,000	11.5 %	2,083.3 %	0.8 %
Dominican Republic	9,507,133	3,000,000	31.6 %	5,354.5 %	1.8 %
Ecuador	14,354,469	1,759,500	12.3 %	877.5 %	1.0 %
El Salvador	7,066,403	763,000	10.8 %	1,807.5 %	0.4 %
Guatemala	13,002,206	1,320,000	10.2 %	1,930.8 %	0.8 %
Honduras	7,639,327	424,200	5.6 %	960.5 %	0.2 %
Mexico	109,955,400	27,400,000	24.9 %	910.2 %	16.1 %
Nicaragua	5,785,846	155,000	2.7 %	210.0 %	0.1 %
Panama	3,309,679	745,300	22.5 %	1,556.2 %	0.4 %
Paraguay	6,831,306	530,300	7.8 %	2,551.5 %	0.3 %
Peru	29,180,899	7,636,400	26.2 %	205.5 %	4.5 %
Puerto Rico	3,957,098	1,000,000	25.3 %	400.0 %	0.8 %
Uruguay	3,477,778	1,100,000	31.6 %	197.3 %	0.6 %
Venezuela	26,414,815	6,723,616	25.5 %	607.7 %	4.0 %
TOTAL	563,995,884	169,724,940	30.1 %	853.9 %	100.0 %

NOTES: (1) Latin American Internet Usage and Population Statistics were updated for March 31, 2009. (2) CLICK on each country name to see detailed data for individual countries and regions. (3) Population numbers are based on data from the U.S. Census Bureau. (4) The most recent usage comes mainly from data published by Nielsen-Online, ILL, and trustworthy local sources. (5) Data on this site may be cited, giving the due credit and establishing an active link back to Internet World Stats. (6) For definitions and help, see the site surfing guide. Copyright © 2009, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved.

Fuente: (Group, Charla Magistral, 2009)

Ilustración 19: Análisis del uso del internet en el Ecuador

[South America Internet Stats](#) > [Site Links](#) > [Ecuador](#)



Ecuador

Internet Usage and Market Report

Internet Usage Statistics:

1,109,967 Internet users as of Mar./2008, 8.0% of the population, according to [Supertel](#).

Latest Population Estimate:

13,927,650 population for 2008, according to [US Census Bureau](#).

Gross National Income:

GNI per capita is US\$ 3,080 ('07) according to [World Bank](#)

Ecuador Country Size:

272,046 sq km and a population density of 45 persons per sq km.

Internet Growth and Population Statistics:

YEAR	Population	Internet Users	% Pen.	GNI p.c.	Usage Source
2000	12,090,804	180,000	1.5 %	\$ 1,280	ITU
2005	12,090,804	713,277	5.9 %	\$ 2,180	Supertel
2006	12,090,804	968,000	8.0 %	\$ 2,630	Supertel
2008	13,927,650	1,109,967	8.0 %	\$ 3,080('07)	Supertel

Note: GNI is Gross National Income per capita, and corresponds to World Bank data for the years 2000 - 2008 in US dollars.

Fuente: Diego Gabela M., Catedrático USFQ

CAPÍTULO 3

3. Generalidades de la empresa

3.1 ANTECEDENTES

Desde su fundación en 1968 Vanegas Abogados se caracterizó por atender al sector corporativo. La visión de sus fundadores Dr. Ricardo Vanegas Armendáriz como presidente de la firma y Ab. Alejandro Román Armendáriz como asociado principal, intentaron atender de forma tradicional a los distintos segmentos empresariales de Guayaquil y el Ecuador. Desde esa época sus principales clientes fueron casas comerciales, Bancos e industrias entre las que podemos mencionar Banco Filanbanco, Filancard, EICA, TC televisión y grupos económicos conexos.

En el relevo generacional desde principio de 1990 hasta la presente fecha, Vanegas Abogados mantiene clientes corporativos por excelencia entre los que se destacan FISA, la Federación Ecuatoriana de Fútbol (FEF), Plásticos del Litoral, DeMaruri Agencia de publicidad, Danec, Almacenes Deprati, Centro Comercial San Marino, Quicentro Shopping (Quito), Marathon Sports, Banco Amazonas, Empaqplast, Illingworth Asociados, All natural, Econotrans, Blucargo, Plastlit, Pyca, fideicomiso de los canales TC televisión, Gama TV y Ecuador TV, además de personas naturales con requerimientos de servicios legales en toda las materias. Vanegas Abogados también ha representado al estado ecuatoriano, expresidentes de la República, Ministerio de Salud, Ministerio de Defensa, Presidencia de la República (en el convenio bilateral Ecuador- Chile 2008), entre otros.

Los principales sectores que atiende en la actualidad la firma Vanegas Abogados son: Financieros, Bancarios, Industriales, Comerciales, Navieros y personas naturales, procurando en todo momento cubrir los objetivos y las

expectativas de sus clientes personas jurídicas o naturales. Cabe recalcar que la firma Vanegas Abogados, tiene por objetivo atender a todas las personas naturales y jurídicas que requieran su servicio de representación legal, con la misión de ejercer esta actividad de manera lícita y en cumplimiento estricto a las normas legales establecidas en la República del Ecuador, excluyendo de estos servicios a personas vinculadas con actividades del narcotráfico, pedofilia o delitos que atenten de forma directa contra el ser humano (lesahumanidad).

3.2 MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA

Misión.- La filosofía de la firma Vanegas Abogados, es cubrir todos los servicios legales que puedan requerir las personas naturales y jurídicas con domicilio en Guayaquil y en todo el Ecuador, así como personas naturales y jurídicas no domiciliadas en el Ecuador pero con actividades lícitas en el país.

Visión.- La firma Vanegas Abogados intenta convertirse constantemente en un líder del foro ecuatoriano, procurando destacar una atención personalizada a sus clientes, sin distinguir si son personas naturales o jurídicas

3.3 VALORES Y CULTURA EMPRESARIAL

- La firma Vanegas Abogados actúa con transparencia, seriedad y honestidad como principios fundamentales de sus servicios legales, generando un valor agregado a partir de la ética en sus actuaciones procesales.
- El servicio legal es intangible, dura en el tiempo y requiere una atención personalizada por lo que sus funcionarios, abogados asociados y socios

de la firma, intentan cubrir las expectativas de sus clientes en los procesos legales que son requeridos.

- La firma Vanegas Abogados no representa en ningún caso y por ninguna circunstancia, a personas naturales o jurídicas vinculadas a actividades del narcotráfico o delitos conexos.

3.4 UBICACIÓN

La dirección principal de la firma Vanegas Abogados está ubicada en el cantón Guayaquil en la ciudadela Kennedy norte, edificio Blue Towers, avenida Francisco de Orellana no. 234 piso 12 oficina 1212.

Ilustración 20: Oficinas de la firma Vanegas Abogados en Guayaquil



Fuente: (Google, 2014)

3.5 SERVICIOS QUE OFRECE

Los siguientes son los servicios legales que ofrece la firma Vanegas Abogados:

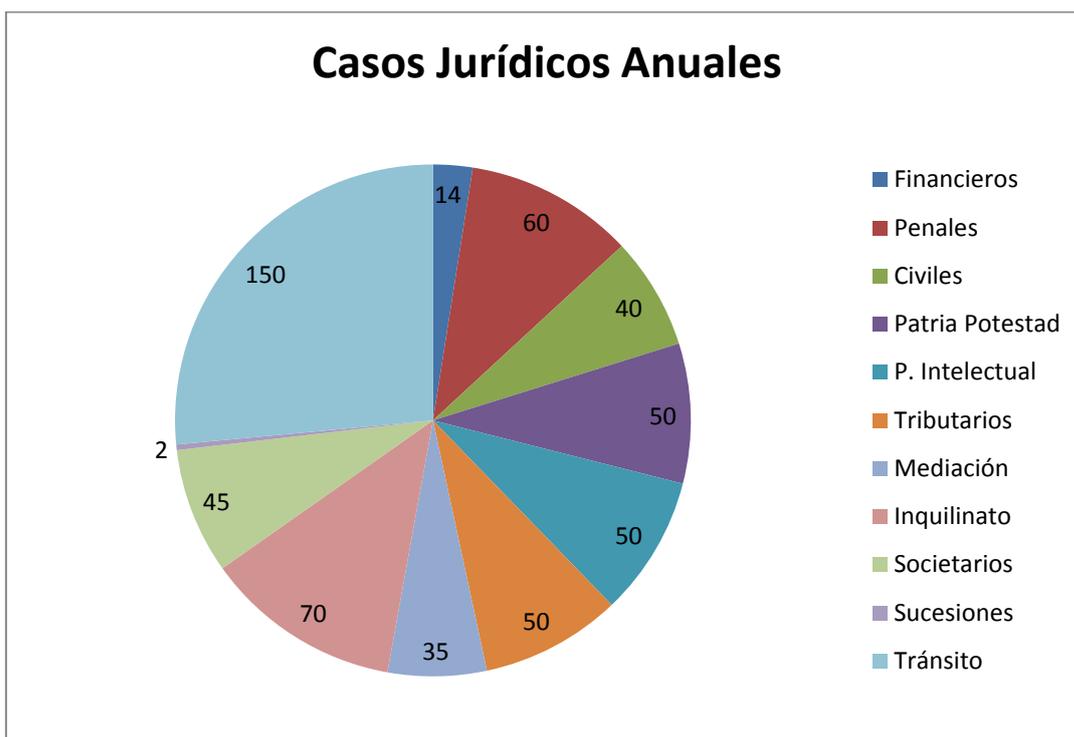
Tabla 4: Servicios legales firma Vanegas Abogados

<u>Servicios legales</u>	<u>Número de casos anuales</u>
-Consultas Financieras (fideicomisos inversión, sistemas de compensación sucre con exportadores e importadores	14 casos
- Juicios Penales	60 casos
- Juicios civiles	40 casos
- Niño y la familia (Patria potestad, divorcios, constitución de sociedades de hecho, etc.)	50 casos
- Propiedad Intelectual	20 casos
- Juicios Tributarios	70 casos
- Mediación y Arbitraje	35 casos
- Inquilinato	70 casos
- Societarios (constitución de compañía, aumento de capital, sesión de derechos, etc.	45 casos
- Sucesiones	2 casos
- Accidentes de tránsito (asistencia a compañías de seguros)	150 casos

Fuente: Firma Vanegas Abogados

Los casos legales que atiende la firma Vanegas Abogados, son aproximadamente 566 casos anuales.

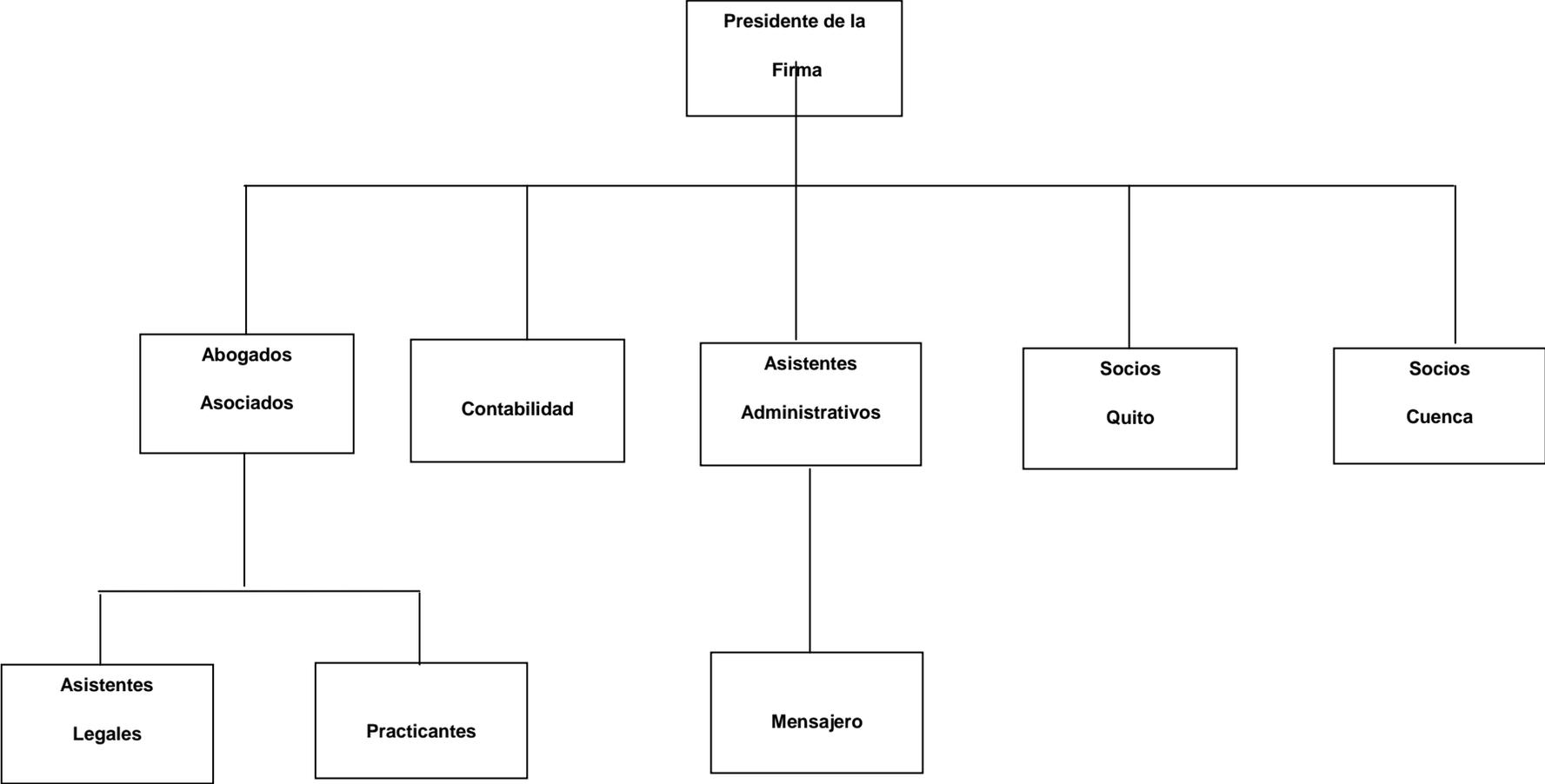
Ilustración 21: Casos Jurídicos anuales de la firma Vanegas Abogados



Elaborado por: Sandra Maingón Velasco

3.6 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Tabla 5: Organigrama firma Vanegas Abogados



Fuente: Firma Vanegas Abogados

CAPÍTULO 4

4. ESTUDIO DE MERCADO

4.1 MARCO METODOLÓGICO

4.1.1 JUSTIFICACIÓN

Para la realización de este proyecto se ha elegido el método de la encuesta “Que es la técnica que se sirve de un cuestionario estructurado, mediante el cual se recopilan datos provenientes de la población frente a una problemática determinada” (Raymond, Métodos y Técnicas de Investigación, 2009), y por esta razón la justificación a esta investigación, tiene un enfoque cualitativo como consecuencia o resultado, del sondeo que se realizará a través de las encuestas a los migrantes ecuatorianos con domicilio en el Estado de Washington en los Estados Unidos de Norteamérica, así mismo esta investigación aportará un enfoque cuantitativo que permitirá cuantificar los resultados que se recogerán de la encuesta.

Ilustración 22: Oficinas de la firma Vanegas Abogados en Guayaquil y el Estado de Washington en los Estados Unidos de Norteamérica



Elaborado por: Sandra Maingón de Vanegas

4.1.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El Diseño de la Investigación "Señala el nivel de profundidad con el cual el investigador busca abordar el objeto de conocimiento, el método que se va a seguir en la investigación, determina la necesidad de definir el tipo de estudio" (Raymond, Métodos y Técnicas de Investigación, 2009)

4.1.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para la estructuración del presente proyecto, se utilizó el Tipo de Investigación Bibliográfico "Que se apoya en los datos secundarios que son aquellos que ya fueron elaborados y se encuentran anexos en libros, revistas, folletos, artículos de prensa, textos, Internet, etc. (Raymond, Métodos y Técnicas de Investigación, 2009)

4.1.4 PRINCIPALES BARRERAS PARA EL ÉXITO DE LA PÁGINA WEB VANEGAS ABOGADOS, EN CAPTAR MIGRANTES ECUATORINAOS COMO POTENCIALES CLIENTES DE LA FIRMA

- a. Confianza
- b. Abuso del migrante al hacer consultas sin querer establecer un vínculo profesional
- c. Falta de necesidad del servicio legal
- d. Desacuerdos económicos, por costo de horas de servicios, consultas o procesos
- e. Mala comunicación del migrante con sus familiares en el Ecuador

4.2 MUESTRA

4.2.1 POBLACIÓN

La población o el universo de personas que se utilizó para esta investigación, fue de 1.855 migrantes ecuatorianos que residen en el Estado de Washington en los Estados Unidos de Norteamérica. (Bureau, 2010)

Debido a que la población de migrantes ecuatorianos es amplia, hubo la necesidad de sacar una muestra.

A continuación aplicamos la fórmula para identificar el tamaño de la muestra:

$$n = m / (e^2 (m-1)+1)$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

m = Tamaño de la población

e = Error máximo admisible

$$n = 1855 / [(0.05)^2 (1854) + 1]$$

$$n = 1.855 / 5,635$$

$$n = 329$$

Para obtener la información que permita constatar la existencia del problema planteado, se encuestarán a los migrantes ecuatorianos residentes en el Estado de Washington en los Estados Unidos de Norteamérica, a través de llamadas de teléfono, consultas a la página migrantes del Ecuador en facebook y finalmente a través del twitter para completar las 329 consultas.

4.2.2 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Una vez concluida la investigación a base de la encuesta, los resultados que se obtuvieron para poder tomar decisiones que beneficiarán a la firma Vanegas Abogados, son los siguientes:

1.- Si tiene un problema legal en el Ecuador contrataría al abogado a través de una página web?

Tabla 6: Encuesta #1 a migrantes ecuatorianos en el Estado de Washington USA

SI	NO	TAL VEZ
181	92	56

Elaborado por: Sandra Maingón Velasco

2.- Con qué frecuencia necesita usted un abogado en Ecuador?

Tabla 7: Encuesta #2 a migrantes ecuatorianos en el Estado de Washington USA

MUCHA FRECUENCIA	POCA FRECUENCIA	NINGUNA FRECUENCIA
151	92	86

Elaborado por: Sandra Maingón Velasco

3. Le parece confiable la publicidad de un abogado en una página web?

Tabla 8: Encuesta #3 a migrantes ecuatorianos en el Estado de Washington USA

BASTANTE CONFIABLE	POCO CONFIABLE	ME ES INDIFERENTE
122	122	85

Elaborado por: Sandra Maingón Velasco

4. Que tipos de servicios legales requieren con mayor frecuencia en el Ecuador?

Civiles, penales, inmobiliarios, financieros, de comercio, de inversión inmobiliaria, de menores de familia.

Tabla 9: Encuesta #4 a migrantes ecuatorianos en el Estado de Washington USA

DIVORCIOS	PATRIA POTESTAD	INVERSIONES INMOBILIARIAS
112	99	118

Elaborado por: Sandra Maingón Velasco

5. Le gustaría establecer un canal de comunicación en línea con su abogado en el Ecuador?

Tabla 10: Encuesta #5 a migrantes ecuatorianos en el Estado de Washington USA

MUCHA FRECUENCIA	POCA FRECUENCIA	NINGUNA FRECUENCIA
53	122	154

Elaborado por: Sandra Maingón Velasco

6. Estaría dispuesto a pagar su servicios a través de medios electrónicos, como Pay pal, tarjeta de crédito o transferencia bancaria?

Tabla 11: Encuesta #6 a migrantes ecuatorianos en el Estado de Washington USA

SI	NO	TAL VEZ
66	197	66

Elaborado por: Sandra Maingón Velasco

7. Es usted un usuario permanente de Internet (Facebook, Instagram, Twitter)?

Tabla 12: Encuesta # 7 a migrantes ecuatorianos en el Estado de Washington USA

SI	NO	TAL VEZ
296	23	10

Elaborado por: Sandra Maingón Velasco

4.2.3 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Tabla 13: Tabulación de resultados pregunta no. 1

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	181	55%
NO	92	28%
TAL VEZ	56	17%
TOTAL	329	100%

Fuente: Encuesta a migrantes en el estado de Washington USA

Tabla 14: Tabulación de resultados pregunta no. 2

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJES %
Mucha frecuencia	151	46%
Poca frecuencia	92	28%
Ninguna frecuencia	86	26%
TOTAL	329	100%

Fuente: Encuesta a migrantes en el estado de Washington USA

Tabla 15: Tabulación de resultados pregunta no. 3

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJES %
Bastante confiable	122	37%
Poco confiable	122	37%
Me es indiferente	85	26%
TOTAL	329	100%

Fuente: Encuesta a migrantes en el estado de Washington USA

Tabla 16: Tabulación de resultados pregunta no. 4

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJES %
DIVORCIOS	112	34%
PATRIA POTESTAD	99	30%
INVERSIONES INMOBILIARIAS	118	36%
TOTAL	329	100%

Fuente: Encuesta a migrantes en el estado de Washington USA

Tabla 17: tabulación de resultados pregunta no. 5

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJES %
Mucha frecuencia	53	16%
Poca frecuencia	122	37%
Ninguna frecuencia	154	47%
TOTAL	329	100%

Fuente: Encuesta a migrantes en el estado de Washington USA

Tabla 18: Tabulación de resultados pregunta no. 6

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJES %
SI	66	20%
NO	197	60%
TAL VEZ	66	20%
TOTAL	329	100%

Fuente: Encuesta a migrantes en el estado de Washington USA

Tabla 19: Tabulación de resultados pregunta no. 7

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJES %
SI	296	90%
NO	23	7%
TAL VEZ	10	3%
TOTAL	329	100%

Fuente: Encuesta a migrantes en el estado de Washington USA

Podemos llegar a la conclusión que es muy probable que Vanegas Abogados va a lograr captar un importante número de clientes migrantes ecuatorianos, que pueden requerir servicios legales en el Ecuador.

La muestra realizada en el Estado de Washington en los Estados Unidos de Norteamérica, nos refleja la enorme posibilidad de liderar un mercado que pudiera resultar muy rentable, con una eficiente comunicación a través del mundo virtual.

Si bien es cierto la muestra es en un solo Estado de los Estados Unidos de Norteamérica, no podemos dejar de reconocer que las colonias de migrantes del Ecuador, se encuentran en distintos países del mundo con poblaciones sumamente importantes y con capacidad productiva muy considerable, por lo que deviene en un objetivo administrativo muy recomendable, la sugerencia de establecer como una herramienta, una página web para que la firma Vanegas Abogados, ofrezca los servicios legales a los migrantes ecuatorianos de las colonias establecidas en todo el mundo.

CAPÍTULO 5

5. PROPUESTA DEL DISEÑO DE UN MODELOS DE NEGOCIO A LA FIRMA VANEGAS ABOGADOS

5.1 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El análisis FODA que se realizó a la firma Vanegas Abogados, consta de los siguientes pasos:

1. Análisis Externo

Oportunidades y Amenazas

2. Análisis Interno

Fortalezas y Debilidades

3. Confección de la matriz FODA

4. Determinación de la estrategia a emplear

Tabla 20: Análisis externo para la firma Vanegas Abogados

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>F1. Experiencia de la firma por sus años de servicios</p> <p>F2. Posicionamiento de la firma en el mercado</p> <p>F3. Infraestructura existente de mobiliario y mano de obra</p> <p>F4. Profesionales capacitados</p> <p>F5. Posicionamiento de la marca</p> <p>F6. Capacidad logística en Estados Unidos y el mundo</p> <p>F7. Capital para inversión</p>	<p>O1. Innovación en el mundo virtual</p> <p>O2. Atención para migrantes ecuatorianos a través de los servicios legales virtuales</p> <p>O3. Capacidad de asociarse con abogados de otros países, para atender casos de migrantes ecuatorianos</p> <p>O4. Mercado virgen</p> <p>O5. Imagen</p>

Fuente: Firma Vanegas Abogados

Tabla 21: Análisis interno para la firma Vanegas Abogados

DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>D1. Dificultad en forma de pago</p> <p>D2. Poca experiencia de la firma en servicios legales a través de la web</p> <p>D3. Eventualidad riesgo de cartera</p> <p>D4. Afectación a la cartera de clientes establecidos por poner atención a los potenciales clientes virtuales (migrantes)</p>	<p>A1. Competencia desleal</p> <p>A2. Lento crecimiento de la confianza para transaccionar en internet</p> <p>A3. Cambios adversos de políticas económicas (remesas) y Tributarias (formas de cobro), ecuatorianas y norteamericanas</p> <p>A4. Mala comunicación con el abogado (solicitar consultas gratis)</p>

Fuente: Firma Vanegas Abogados

5.2 MATRICES DEL FODA

Tabla 22: Matriz de relación Fortalezas y Amenazas

FA	A1. Competencia desleal	A2. Lento crecimiento de la confianza para transaccionar en internet	A3. Cambios adversos de políticas económicas (remesas) y Tributarias (formas de cobro), ecuatorianas y norteamericanas	A4. Mala comunicación con el abogado (solicitar consultas gratis)	A5. Abuso del migrante en querer hacer consultas legales sin establecer vínculo profesional
F1. Experiencia de la firma por sus años de servicios					
F2. Posicionamiento de la firma en el mercado	AE				
F3. Infraestructura existente de mobiliario y mano de obra					
F4. Profesionales capacitados				AE	
F5. Posicionamiento de la marca		AE			
F6. Capacidad logística en Estados Unidos y el mundo					
F7. Capital para inversión					

Tabla 23: Matriz de relación Debilidades y Oportunidades

DO	O1. Innovación en el mundo virtual	O2. Atención para migrantes ecuatoria nos a través de los servicios legales virtuales	O3. Capacidad de asociarse con abogados de otros países, para atender casos de migrantes ecuatorianos	O4. Mercado virgen	O5. Imagen
D1. Dificultad en forma de pago	AE				
D2. Poca experiencia de la firma en servicios legales a través de la web					
D3. Eventualidad riesgo de cartera					
D4. Afectación a la cartera de clientes establecidos por poner atención a los potenciales clientes virtuales (migrantes)			AE		

Elaborado por: Sandra Maingón Velasco

Tabla 24: Matriz de relación Debilidades y Amenazas

DA	A1. Competencia desleal	A2. Lento crecimiento de la confianza para transaccionar en internet	A3. Cambios adversos de políticas económicas (remesas) y Tributarias (formas de cobro), ecuatorianas y norteamericanas	A4. Mala comunicación con el abogado (solicitar consultas gratis)	A5. Abuso del migrante en querer hacer consultas legales sin establecer vínculo profesional
D1. Dificultad en forma de pago	AE				
D2. Poca experiencia de la firma en servicios legales a través de la web		AE			
D3. Eventualidad riesgo de cartera			AE		
D4. Afectación a la cartera de clientes establecidos por poner atención a los potenciales clientes virtuales (migrantes)					

Elaborado por: Sandra Maingón Velasco

Tabla 25: Matriz de relación Fortalezas y Oportunidades

FO	O1. Innovación en el mundo virtual	O2. Atención para migrantes ecuatorianos a través de los servicios legales virtuales	O3. Capacidad de asociarse con abogados de otros países, para atender casos de migrantes ecuatorianos	O4. Mercado virgen	O5. Imagen
F1. Experiencia de la firma por sus años de servicios	AE				
F2. Posicionamiento de la firma en el mercado			AE		
F3. Infraestructura existente de mobiliario y mano de obra					
F4. Profesionales capacitados					
F5. Posicionamiento de la marca					AE
F6. Capacidad logística en Estados Unidos y el mundo					
F7. Capital para inversión					

Elaborado por: Sandra Maingón Velasco

Tabla 26: Análisis Estratégico

ESTRATEGIA FO (Estrategias ofensivas)	ESTRATEGIA DO (Estrategias de cambio)
FO1. Vanegas Abogados se fundó en 1968 y ha desarrollado experticias en servicios legales, por lo tanto tiene la capacidad para innovar en un nuevo mercado a través del mundo virtual.	DO1. Al innovar en el mundo virtual, tenemos que considerar un mecanismo efectivo de facturación a los migrantes ecuatorianos.
FO2. Los años de funcionamiento de esta firma de abogados le permite tener un posicionamiento de la marca en el Ecuador y a través del mundo virtual, va a fortalecer su imagen en las colonias de migrantes ecuatorianos alrededor del mundo	DO2. El desafío de asociarse con abogados de otros países, requiere de un extremo cuidado en la atención a los clientes tradicionales de Vanegas Abogados, hay que aprender a distribuir el tiempo y la dedicación a las nuevas cuentas sin afectar las cuentas ya establecidas.
ESTRATEGIA FA (Estrategias defensivas)	ESTRATEGIA DA (Estrategias de supervivencia)
FA1. Al tener un cuerpo de profesionales capacitados, se debe definir de manera muy eficiente la comunicación con los clientes a través del entorno virtual para evitar un abuso de consultas gratuitas.	DA1. Al entrar en el mundo virtual tenemos que comprender que vamos a enfrentar una competencia desleal de otras firmas de abogados, es decir, honorarios sumamente baratos para los mismos servicios considerando que un abogado individual, no tiene los mismos costos fijos que la firma de Abogados (tener cuidado al elegir los casos y clientes).
FA2. La firma de abogados no puede desarrollar un nuevo servicio a través del mundo virtual y que este tenga un crecimiento lento, por lo tanto debe desarrollar progresivamente su participación comercial de servicios legales en el mundo virtual.	DA2. Como la firma tiene poca o ninguna experiencia en ofrecer sus servicios legales a través del mundo virtual, debe elaborar un protocolo de atención para que el tiempo que dedican sus abogados asociados, justifique el crecimiento de las cuentas o transacciones a través del internet.

5.3 ANÁLISIS DEL NEGOCIO

De acuerdo a los resultados del estudio de mercado del capítulo anterior es concluyente, que existe una necesidad latente de servicios legales.

Con los negocios virtuales la firma Vanegas Abogados va a tener un contacto directo con cada una de las actividades de su empresa, por ejemplo para hacer marketing se lo realiza de manera directa no se necesita ir a medios de comunicación, o cuando se oferta sus servicios legales se lo hace de forma directa al consumidor, y los migrantes y sus familiares no necesitan ir físicamente a las oficinas de la firma Vanegas Abogados para contratar sus servicios legales, y puedan desarrollar un sistema de diálogo muy activo con los Abogados en Guayaquil a través del internet. Es decir todas las actividades de la cadena de valor se las puede realizar directamente, de esta manera los negocios virtuales está impactando a toda la cadena de valor de la firma Vanegas Abogados.

Este trabajo de titulación está dirigido a atender un segmento específico, que son las colonias de migrantes ecuatorianos en el Estado de Washington en los Estados Unidos de Norteamérica, y para eso se sugiere que se deben aplicar los siguientes tres pasos:

Tabla 27: Análisis del negocio

Autodiagnóstico		Definición	Solución	Acción
¿Qué significa e-business y que oportunidades representa para nosotros?	Dónde estamos?	¿Dónde queremos llegar?	¿Cómo llegamos hasta allá?	¿Qué pasos siguen?

Elaborado por: Sandra Maingón Velasco

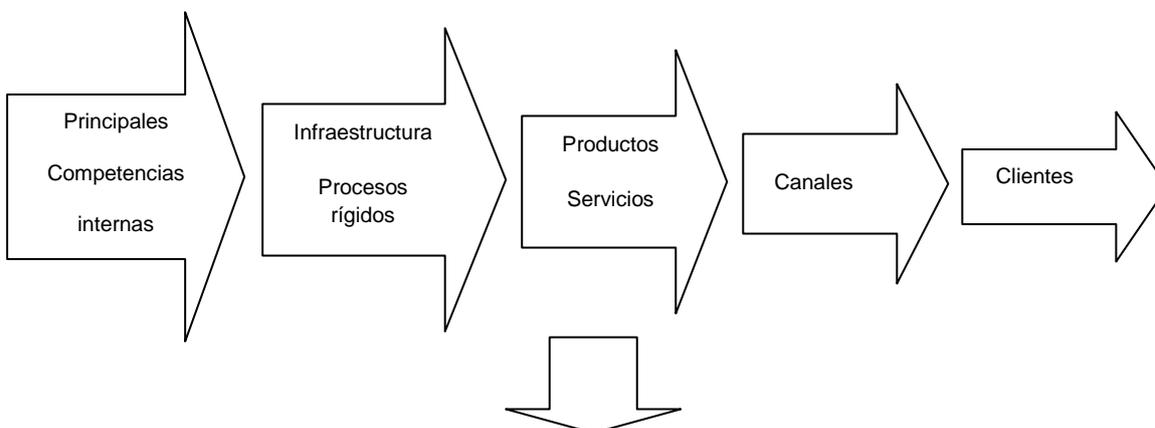
Primer paso: El autodiagnóstico.- Es fundamental que la firma Vanegas Abogados realice un autodiagnóstico, debe conocerse y si no se conoce bien debe volver a conocerse, incluyen preguntas tales como ¿Respondo a las expectativas de mis clientes (colonias de migrantes en el exterior)?; ¿Estamos conscientes de las dimensiones de valor que interesan a nuestros clientes (colonias de migrantes en el exterior)?; ¿Estamos dispuestos a cuestionar y cambiar supuestos?, porque la manera de hacer negocios del siglo XX se transformó por completo en el siglo XXI y la empresa que no ha resuelto esa transformación, está perdiendo mercado.

Segundo paso: Cambiar la cadena de valor.- La nueva tecnología debe estar vinculada con nuevos modelos de negocios o de servicios, la firma Vanegas Abogados tiene que entender que antes cuando una persona natural o jurídica tenía un problema legal, estaba obligado a trasladarse a sus oficinas; en el siglo XXI las tecnologías de la comunicación, afectan directamente el modelo tradicional de atención al consumidor final o cliente que requiere productos o servicios. Gracias a las tecnologías de la comunicación esta fenomenología ya no es necesaria. El migrante ecuatoriano domiciliado en el Estado de Washington en los Estados Unidos de Norteamérica que tiene la urgencia de un servicio legal, solo necesita un terminal de computador para obtener una respuesta satisfactoria a su requerimiento.

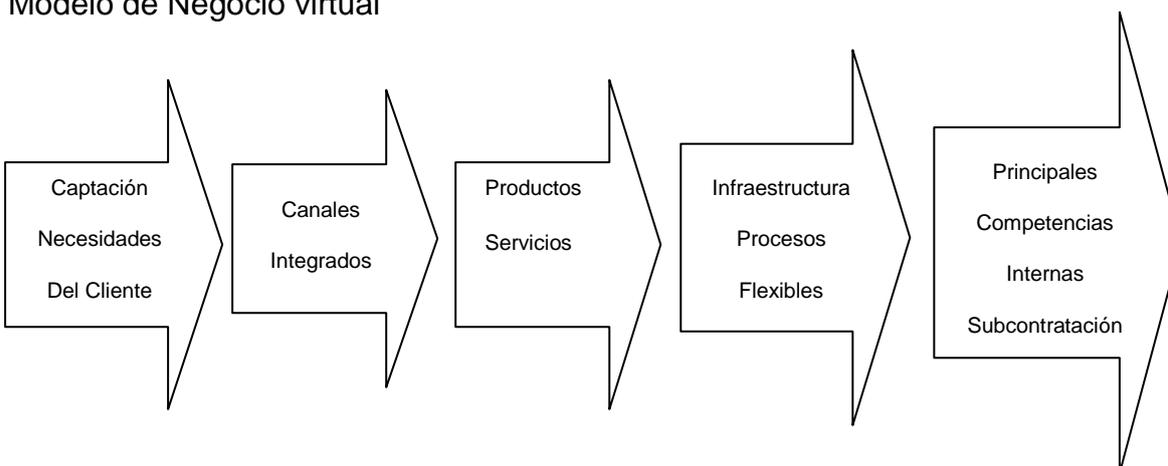
Tabla 28: Comparación de Modelo de Negocio

Esquema tradicional de la firma Vanegas Abogados fundada en 1968

Modelo Tradicional de Negocio



Modelo de Negocio virtual



Elaborado por: Sandra Maingón Velasco

Captación de los clientes (migrantes).- Se la realizará a través de colocación del nombre de la firma y sus servicios en los motores de búsqueda más visitados, como por ejemplo Google, Yahoo, entre otros.

Necesidades del cliente.- Se establecen las necesidades del cliente (migrante), y posteriormente se establece el vínculo formal con los familiares en el Ecuador. . Esto es que la mecánica de facturación, siempre debe ser a una persona natural o jurídica con domicilio legal en el Ecuador. La página Web es un vehículo comercial para ofertar los servicios legales a través del mundo

virtual, pero la relación formal pago de honorarios, gastos de representación y los que se puedan derivar de la relación cliente abogado, se tienen que implementar con personas naturales o jurídicas, cuyo domicilio legal está en el Ecuador.

Canales integrados.- Dentro de la página web se integrarán todas las redes sociales necesarias, para ponerse en contacto con la firma Vanegas Abogados

Productos y servicios.- La firma Vanegas Abogados ofrece los servicios legales detallados en el cuadro no. 4.

Infraestructura procesos flexibles.- La firma Vanegas Abogados, cuenta con una infraestructura preexistente detallada en la tabla no. 25. Los procesos propios de esta nueva división de negocios de la firma Vanegas Abogados, como son el proceso de venta y el proceso contable financiero, se generará al momento de la implementación del diseño, dado la flexibilidad que se tiene por la infraestructura mobiliaria, de talento humano, y tecnológica técnica con la que se cuenta actualmente.

Principales competencia internas subcontratación.- La firma Vanegas Abogados cuenta con un talento interno, como también fue mencionado en las fortalezas, por lo que las subcontrataciones serán limitadas.

Tercer paso: Elegir un enfoque definido.- La firma Vanegas Abogados cuando inicie su etapa de servicios a través de los negocios virtuales, tiene que convencerse que la única manera que va a funcionar esta relación con las colonias de migrantes ecuatorianos en el exterior, es a través de la excelencia en el servicio, si la firma Vanegas Abogados tiene por ejemplo una página web que se cae o no cubre las expectativas de los migrantes, va a fracasar o no va a tener el resultado comercial que requiere su inversión, es fundamental que haya una excelencia operativa, esto quiere decir que la inversión en el software sea de primera, que esté las 24 horas del día a disposición de los migrantes, sobretodo porque el ser humano que es el cliente potencial de la firma Vanegas Abogados, se ha adaptado a nuevas culturas en distintas colonias, en distintos países del mundo y obviamente eso produce distintos hábitos de

comportamiento, por lo tanto si la firma Vanegas Abogados decide entrar en los negocios virtuales, debe tener excelencia en la innovación continua, tiene que ir renovando sus capacidades tecnológicas constantemente, y de acuerdo al crecimiento de su cartera de clientes entre los migrantes.

Por eso la firma Vanegas Abogados tiene que encontrar un enfoque definido, y ese enfoque definido es la excelencia en los servicios legales, eso es lo que va a ser la diferencia a favor de Vanegas Abogados en relación con otras firmas de Abogados del país.

Tabla 29: Excelencia en el servicio en el mundo virtual

PASADO	PRESENTE	FUTURO
Facilidad de uso	Respaldo excelente	Autoservicio
Confiabilidad	Productos de calidad	Marketing de Relaciones
Funcionalidad Básica	Orientación de Servicio	Valor

Elaborado por: Sandra Maingón Velasco

Este trabajo de titulación está encaminado a que la firma Vanegas Abogados resuelva entrar en los negocios virtuales, pero sin olvidar algo muy importante que es la excelencia en el servicio. A manera de consejo se le sugiere a la firma Vanegas Abogados, que debe contar con principios operativos de excelencia en el servicio para los migrantes ecuatorianos, como preparar a su compañía para lo imprevisto; reunir y mantener toda la información actualizada y precisa en el momento y lugar que el migrante ecuatoriano la necesite; utilizar la administración de relaciones con el migrante ecuatoriano y desarrollar una

filosofía corporativa de pensamiento positivo acerca del servicio al migrante ecuatoriano.

5.4 MODELO DE PÁGINA WEB PARA LA FIRMA VANEGAS ABOGADOS DIRIGIDA A LOS MIGRANTES ECUATORIANOS

Ilustración 23: Diseño de página Web para la firma Vanegas Abogados



Apariencia

- Un sitio web sobrio que transmita confianza

Doctor Alejandro Vanegas Cortázar

Doctor Alejandro Vanegas Cortázar

Doctor Alejandro Vanegas Cortázar

Doctor Alejandro Vanegas Cortázar

Información básica

Fecha de nacimiento
8 de marzo de 1968
Casado
Creencias religiosas : Católico/ Apostólico/
Romano
Dirección AV. FRANCISCO DE ORELLANA
EDIFICIO BLUE TOWERS PISO 12 OF. 1212

Educación

Services

Derecho Penal: **Derecho Civil:**

Inmobiliario **Mediación y arbitraje**

Menores **Tributario**

Service * Select a service
Select desired service

June 2014

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Phone
May be used for notifications
purpose

Notes/Comments

Submit

Funcionalidad

- Para el visitante será sencillo solicitar una cita.

Doctor Alejandro Vanegas Cortázar

Doctor Alejandro Vanegas Cortázar

Doctor Alejandro Vanegas Cortázar

Doctor Alejandro Vanegas Cortázar

Información básica

Fecha de nacimiento
8 de marzo de 1968
Casado
Creencias religiosas : Católico/ Apostólico/
Romano
Dirección AV. FRANCISCO DE ORELLANA
EDIFICIO BLUE TOWERS PISO 12 OF. 1212

Educación

Services

Derecho Penal: **Derecho Civil:**

Inmobiliario **Mediación y arbitraje**

Menores **Tributario**

Service * Select a service
Select desired service

June 2014

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Phone
May be used for notifications
purpose

Notes/Comments

Submit

Contenido

- Se hará principal énfasis en detallar la trayectoria y formación del Dr. Alejandro Vanegas y su staff de colaboradores para que el potencial cliente sepa que estará en buenas manos.
- Los migrantes ecuatorianos necesitan diferentes tipos de asesoría jurídica y se lo detallará en el sitio para convertirlos en clientes del estudio.
- Incluiremos un listado de clientes satisfechos en una sección del website.
- Semanalmente se actualizará la página con información actualizada vinculada al ámbito jurídico para interactuar con los lectores.

Interacción

- La página mostrará los últimos tuits del Dr. Alejandro Vanegas en una columna para incentivar a que los potenciales clientes contacten al Estudio Jurídico.
- El diseño de la página será muy fácil de comprender incluso para navegantes de internet con poco conocimiento de informática.
- Incluiremos un usuario con la aplicación Skype para realizar video llamadas con los clientes que se encuentren fuera de Ecuador.

Costo

- La reserva del dominio www.alejandrovaneegas.org más el hospedaje de archivos por 12 meses, tienen un costo anual de \$90.
- La instalación y diseño del sitio web tienen un costo de \$400 una sola vez.
- La actualización diaria de contenido con noticias tiene un costo mensual de \$100.

Servicios

- Asesoría Jurídica
- Patrocinio Judicial
- Asistencia para Menaje (Migrantes)
- Outsourcing Legal
- Venta de Compañías
- Compañía de Cobranzas

5.4.1 PRESUPUESTO PARA IMPLEMENTAR EL MODELO DE NEGOCIOS JURÍDICO VIRTUAL DE LA FIRMA VANEGAS ABOGADOS, CON ATENCIÓN A LOS MIGRANTES ECUATORIANOS

Los costos en los que debe incurrir la firma Vanegas Abogados para crear una página Web, para que el migrante ecuatoriano pueda conocer los servicios legales que ofrece, y poder comunicarse con sus abogados cuando ellos lo requieran son los siguientes:

Tabla 30: Infraestructura: Infraestructura mobiliaria, de talento humano y tecnológica de la firma Vanegas Abogados

<i>Equipos de Oficina</i>	<i>Muebles de Oficina</i>	<i>Recursos Humanos</i>
10 Computadoras	6 Escritorios	1 Abogado asociado
1 Router		3 Asistentes judiciales
1 Servicio de Internet		2 Secretarias
1 Reserva del dominio		1 Recepcionista
1 Instalación sitio Web		
1 Actualización contenido		

Elaborado por: Sandra Maingón Velasco

Tabla 31: Equipos Técnicos para la implementación del diseño del negocio virtual para la firma Vanegas Abogados

<i>Cantidad</i>	<i>Descripción</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Valor Total</i>
3	Computadoras	500	1500
3	Escritorios	250	750
1	Reserva del dominio	90	90
1	Instalación sitio Web	400	400
1	Actualización de contenido	100	100
1	Abogado Asociado	1.500	1.500
2	Asistente Judicial	500	1.000
		\$ 3.340,00	\$ 5.340,00

Elaborado por: Sandra Maingón Velasco

Es importante aclarar que los equipos de oficina, los muebles de oficina y los operadores, son equipos y personal preexistente en la firma Vanegas Abogados.

5.5 BARRERAS QUE PODRÍA ENFRENTAR LA FIRMA VANEGAS ABOGADOS

Es importante que los migrantes ecuatorianos sepan que la firma Vanegas Abogados, tiene el mejor servicio legal en el mercado. Las barreras con las que la firma Vanegas Abogados se puede encontrar, tienen su origen principalmente en los aspectos culturales del migrante ecuatoriano, como por ejemplo la poca confianza en las transacciones a través del mundo virtual, la mala experiencia anterior en otras necesidades del migrante; que por alguna razón técnica la página web deje de funcionar o se caiga del internet por más de 72 horas; el idioma técnico puede ser también una barrera, a veces los migrantes quieren explicaciones sencillas o en términos sencillos y eso es muy

difícil para problemas legales, y finalmente entender que nunca es lo mismo atender personalmente a un cliente con un problema legal, que atenderlo virtualmente, el texto escrito a través del mundo virtual, puede interpretarse de una forma diferente al requerido por el cliente o al propuesto por el abogado.

5.6 FACTORES CRÍTICOS

Es importante que se considere que existen los siguientes factores críticos para el éxito de esta propuesta a la firma Vanegas Abogados en su capacidad de ofrecer sus servicios legales a las colonias de migrantes ecuatorianos, y verificar de esta manera que lo que esta haciendo es una propuesta correcta.

- *Dirigirnos al segmento adecuado:* Si se quiere vender pañales por ejemplo, se debe dirigir al segmento adecuado, este es el primer aspecto, es decir si se quiere ofrecer servicios legales a migrantes ecuatorianos no se los puede ofrecer a personas naturales o jurídicas que no los requieran o los necesite, por ejemplo a menores de edad, a personas que tienen contravenciones simples de manejar en las ciudades de orígenes de donde se hacen la consulta; la firma Vanegas Abogados tiene que dirigirse hacia los migrantes que tienen familiares en el Ecuador y que requieran los servicios legales para atender los problemas de esos familiares o de sus intereses patrimoniales en el Ecuador. Es importante que los migrantes sepan que la firma Vanegas Abogados, tiene el mejor servicio legal en el mercado.
- *Es muy importante cubrir y apoyar la experiencia total del migrante ecuatoriano:* Es obvio que los migrantes pueden haber tenido experiencias malas y experiencias buenas, las malas les van a generar desconfianza, si el migrante ecuatoriano a través del internet tuvo una

mala experiencia al momento de requerir un servicio legal, la firma Vanegas Abogados que va a iniciarse en los negocios virtuales, tiene que estar preparado anímicamente para ese cliente negativo o no sentirse desalentado por esa reacción, así mismo va a encontrar migrantes que han tenido buenas experiencias en los negocios virtuales y en ese caso, tiene que estar preparado para ese migrante ecuatoriano con un criterio positivo.

- *Mejorar los procesos de negocios que impactan al migrante ecuatoriano:* Se debe comprender que gran cantidad de los migrantes ecuatorianos que pueden ser clientes de la firma Vanegas Abogados, no tienen experiencia en internet y ese hecho puede generarles desconfianza, en culturas como la latinoamericana el uso de la computadora siempre ha sido restringido a grupos pequeños de personas que tiene la capacidad de tener una computadora en su casa, regularmente los familiares de los migrantes ecuatorianos desarrollan de manera óptima, el uso de las tecnologías de la comunicación a través del internet para estar en constante comunicación con sus parientes en el exterior, esto es, Facebook, Instagram, Twitter que les permite estar en permanente comunicación con sus parientes en el exterior, informarles desde las cosas más triviales, resultado de una nota escolar hasta los temas más complejos y es ahí en donde nuestra aplicación de ofrecer servicios legales a través de internet de la firma Vanegas Abogados, tiene que marcar la diferencia para facilitarle al migrante y a sus familiares, la posibilidad de elegir esta firma, como su alternativa para solución de sus problemas legales
- *Proveer una visión de 360° de la firma Vanegas Abogados con los migrantes ecuatorianos:* Hay que enseñarle al migrante ecuatoriano, que no necesita ir a las oficinas Vanegas Abogados para contratar sus servicios legales o para solucionar los conflictos judiciales que se les pueda presentar, que ya no es necesaria su presencia física y que desde ahora puede contratar los servicios legales, desde la tranquilidad

de su hogar en el exterior, esta es una nueva visión de servicios legales para migrantes ecuatorianos.

- *Permitir a los migrantes ecuatorianos a ayudarse a sí mismos:* Esto quiere decir que el migrante ecuatoriano tenga la posibilidad a través de la página web de Vanegas Abogados, de encontrar todas las respuestas a sus preguntas posibles
- *Ayudar a los migrantes ecuatorianos a contratar los servicios de Vanegas Abogados:* Nuevamente, el migrante ecuatoriano debe tener todas las facilidades al entrar en la página web de Vanegas Abogados; esta página debe estar elaborada de la manera más sencilla para que el migrante ecuatoriano, pueda contratar los servicios legales de Vanegas Abogados.
- *Personalizar los servicios legales de Vanegas Abogados:* Cada cliente es único, cada migrante tiene que encontrar discreción, privacidad, atención personalizada y confidencialidad en sus consultas a la firma Vanegas Abogados
- *Apoyar al crecimiento y desarrollo de la comunidad de migrantes ecuatorianos:* La actividad de servicios legales de Vanegas Abogados, siempre va a generar posibilidades de trabajo a profesionales vinculados a las actividades judiciales, interrelación con los migrantes y sus familias y transacciones transparentes, eficientes y oportunas.

CONCLUSIONES

Como se ha podido demostrar a lo largo de este trabajo de titulación, se ha descubierto un segmento de mercado para servicios legales que no ha sido apropiadamente explotado, las tecnologías de la información y las tecnologías de la comunicación, el internet, el Facebook, el Twitter, el Instagram revolucionaron por completo la posibilidad de estar en permanente contacto con cualquier país del mundo. En el Ecuador se dio un fenómeno sociológico único y especial conocido como la migración, en muchos casos se ha referido que esta fue una migración de mano de obra capacitada, de profesionales que fueron a buscar nuevos destinos, de seres humanos que no encontraron en el Ecuador las oportunidades para desarrollar sus actividades profesionales, comerciales o productivas, esos fenómenos sociales que ocurrieron antes de 1.999 y posteriormente con menor intensidad hasta la presente fecha, han permitido un tipo de familia única en esta zona de América del Sur. El padre o la madre que migran envían remesas a sus familiares en el Ecuador para su manutención, estudios, inversiones inmobiliarias y otros aspectos propios de una familia.

De acuerdo a los informes del Banco Central del Ecuador las remesas de migrantes ecuatorianos fluctúan anualmente entre 2.500 y 3.000 millones de dólares, por eso en este trabajo de titulación, se ha utilizado una metodología de encuestas para identificar las necesidades de servicios legales que puede ofrecer una firma de Abogados, desde el Ecuador hacia migrantes ecuatorianos que están radicados en el Estado de Washington en los Estados Unidos de Norteamérica, y a través de esta muestra, proyectar la posibilidad de encontrar un mercado rentable para los servicios legales que ofrece una firma de abogados en el Ecuador, y como es natural el ser humano que vive en un Estado de Derecho, tiene diferentes necesidades de atención de servicios legales, y es ahí donde este Trabajo de titulación recomienda a la firma Vanegas Abogados, crear como una herramienta para ingresar al mundo virtual, una página web con tecnología de punta ofreciendo todos sus servicios

legales en todas las materias de derecho, que las familias de los migrantes que viven en el Ecuador puedan requerir, e inclusive que los propios migrantes por sus intereses de inversión financiero o inmobiliaria que no son juicios, sino consultas para otro tipo de servicios en el Ecuador, puedan necesitar de una firma de abogados, que los aconseje apropiadamente en el país.

En definitiva este trabajo de titulación llega a la conclusión, que el mundo virtual es una oportunidad única para que la firma Vanegas Abogados desarrolle una página web que contenga todos los elementos que la componen, su tradición en el mercado legal ecuatoriano, la confianza, la transparencia, el prestigio, la eficiencia y una historia rica en éxitos profesionales para una empresa legal fundada en 1968, la vuelven sumamente atractiva para brindar sus servicios a migrantes ecuatorianos alrededor del mundo.

Esta investigación define que con un capital inicial de \$5.340, entre equipos tecnológicos, talento humano y mobiliarios los mismos con los que se cuentan actualmente, se puede iniciar un modelo de negocios virtuales para servicios legales dirigidos de manera especial, a los migrantes ecuatorianos.

RECOMENDACIONES

Se considera que la firma Vanegas Abogados debe ingresar en el mundo virtual, para que pueda de esta manera captar a este segmento tan importante, como son las colonias de migrantes ecuatorianos radicados en distintos países del mundo.

Se recomienda a la firma Vanegas Abogados, las siguientes indicaciones:

- Crear un departamento tecnológico para desarrollar de mejor manera, los servicios legales a través del mundo virtual.
- Viajar a los países donde las colonias de migrantes ecuatorianos están organizadas, para presentar los servicios legales a través del mundo virtual.
- Desarrollar un sistema de facturación que facilite la contratación de los servicios legales que ofrece Vanegas Abogados a los migrantes ecuatorianos, este sistema puede ser a través de transferencias bancarias a una cuenta corriente en el exterior.
- Finalmente se recomienda que si Vanegas Abogados acepta esta propuesta de implementar el diseño de un modelo de gestión virtual, para captar el mercado de migrantes ecuatorianos que requieran servicios legales, debe analizar en el lapso de un año el impacto financiero de esta nueva división, considerando que debe ser tiempo suficiente para el retorno del capital invertido.

Estas son las recomendaciones de este trabajo de titulación y constituyen un aporte a la comunidad académica del Ecuador.

BIBLIOGRAFÍA

- Bureau, U. C. (2010).
- Cely, N. (2012). e-commerce day Cámara de Comercio de Guayaquil.
- Comercio, C. d. (2012). Guayaquil.
- Correo, C. (2012). e-commerce day, Cámara de Comercio. Guayaquil.
- Downes, L. (1999). Estrategias digitales para dominar el mercado. Argentina.
- España, M. d. (2004). Charla Magistral. Guayaquil.
- Gabela, D. (2009). Charla Magistral USFQ. Quito.
- Google. (2014).
- Group, M. M. (2009). Charla Magistral.
- Interactive, e. M. (2009). Charla Magistral.
- Laudon, K. C. (2008). Sistemas de Información Gerencial. México.
- Maldonado, G. e-commerce day Cámara de Comercio de Guayaquil, 2012.
- Martínez, J. (2012). e-commerce day Cámara de Comercio. Guayaquil
- Pueyrredon, M. (2012). e-commerce day, Cámara de Comercio. Guayaquil,
- Rangel, E. (2007). Texto Guía Comercio Electrónico. Guayaquil.
- Raymond, L. (2009). Métodos y Técnicas de Investigación. Guayaquil.
- Report, A. M. (2009). Charla Magistral.
- Sandoval, A. (2012). e-commerce day, Cámara de Comercio. Guayaquil.
- Stats, I. W. (2009). Charla Magistral.
- Trade, M. W. (2009). Charla Magistrañ.
- Villa, F. (2012). e-commerce day, Cámara de Comercio. Guayaquil.

Artículo 721 y 722 de la Ley del Código Civil.

Artículo 2 de la Ley de Comercio Electrónico