

TABLA DE CONTENIDO

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| 2 | PLANTEAMIENTO DE TESIS | 2 |
| 2.1 | OPORTUNIDAD DE NEGOCIO..... | 4 |
| 2.2 | PREGUNTAS CLAVE..... | 4 |
| 2.2.1 | UBICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS..... | 4 |
| 2.2.2 | PERFIL DE CLIENTES | 5 |
| 2.2.3 | ASPECTOS RELEVANTES DEL PRODUCTO..... | 5 |
| 2.3 | OBJETIVOS | 5 |
| 2.3.1 | OBJETIVO GENERAL | 5 |
| 2.3.2 | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 5 |
| 2.4 | ALCANCE DEL TEMA..... | 6 |
| 2.5 | RESULTADOS ESPERADOS | 6 |
| 3 | MARCO CONCEPTUAL | 7 |
| 3.1 | CONCEPTOS PRELIMINARES | 7 |
| 3.1.1 | CONSUMIDOR..... | 7 |
| 3.1.2 | SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR..... | 7 |
| 3.1.3 | TRIBUNAL CIVIL | 7 |
| 3.1.4 | JUZGADO POLICIAL LOCAL..... | 7 |
| 3.1.5 | DENUNCIA | 8 |
| 3.1.6 | DEMANDA..... | 8 |
| 3.1.7 | DAÑO MATERIAL | 8 |
| 3.1.8 | LUCRO CESANTE | 8 |
| 3.1.9 | DAÑO MORAL | 8 |
| 3.1.10 | COMPETENCIAS DE TRIBUNALES | 8 |
| 3.2 | ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA..... | 8 |
| 3.2.1 | ANÁLISIS, DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA | 9 |
| 3.2.2 | CARACTERÍSTICAS CONSUMIDOR Y LA DEMANDA..... | 9 |
| 3.2.3 | EFFECTO INGRESO, EFFECTO SUSTITUCIÓN Y FUNCIÓN DE DEMANDA COMPENSADA | 9 |
| 3.2.4 | ESTRUCTURA DEL MERCADO..... | 9 |
| 3.2.5 | SEGMENTACIÓN | 10 |
| 3.2.6 | MODELO DE NEGOCIOS CANVAS..... | 10 |
| 3.2.7 | DISEÑO FINANCIERO..... | 10 |
| 3.2.8 | EVALUACIÓN FACTIBILIDAD ECONÓMICA Y TÉCNICA | 10 |
| 3.3 | METODOLOGÍA..... | 10 |
| 3.3.1 | DIAGNOSTICO | 11 |
| 3.3.2 | ESTRATEGIA | 11 |
| 3.3.3 | ANÁLISIS ECONÓMICO..... | 13 |
| 4 | DIAGNÓSTICO..... | 14 |
| 4.1 | SITUACIÓN DE LA INDUSTRIA..... | 14 |

| | | |
|------------|--|-----------|
| 4.1.1 | PROCESO DE DEMANDA | 14 |
| 4.1.2 | ETAPAS DE LA DEMANDA | 15 |
| 4.1.3 | TIEMPOS DE PROCESO | 17 |
| 4.1.4 | PESTEL | 18 |
| 4.1.5 | HISTORIA DE LA LEY 19.496, PROTECCIÓN DE DERECHOS AL CONSUMIDOR | 21 |
| 4.2 | MERCADO POTENCIAL | 23 |
| 4.2.1 | DESCRIPCIÓN MERCADOS RELEVANTES EN MATERIAS DE RECLAMO DE DERECHO AL CONSUMIDOR | 23 |
| 4.3 | ANÁLISIS COMPETIDORES | 28 |
| 4.3.1 | ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES | 28 |
| 4.3.2 | FIRMAS CON DEDICACIÓN EXCLUSIVA EN LA MATERIA | 29 |
| 4.3.3 | ESTUDIOS JURÍDICOS EN DIVERSAS MATERIAS QUE ATIENDEN PROBLEMAS DE CONSUMIDORES | 32 |
| 4.4 | ANÁLISIS CLIENTES | 33 |
| 4.4.1 | FUENTE SECUNDARIA PERFIL DE LOS 7 GRUPOS SOCIOECONÓMICOS DE LA NUEVA SEGMENTACIÓN Y COMO SE DIVIDE LA POBLACIÓN EN CHILE | 33 |
| 4.4.2 | FUENTE SECUNDARIA PERFIL DEL CONSUMIDOR EN CHILE | 34 |
| 4.4.3 | PERFILES DE ENDEUDAMIENTO | 42 |
| 4.5 | ANÁLISIS COMPETITIVO DE LA INDUSTRIA..... | 44 |
| 4.5.1 | CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER | 44 |
| 4.5.2 | ANÁLISIS DE VIABILIDAD | 46 |
| 4.6 | MATRIZ FODA..... | 49 |
| 5 | <i>ESTRATEGIA PARA EL MODELO DE DEFENSORÍA EN DERECHOS DE CONSUMIDORES</i> | 51 |
| 5.1 | FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA | 51 |
| 5.1.1 | LIDERAZGO EN COSTES: TRAMITACIÓN EN UN SOLO JUZGADO DE POLICÍA LOCAL | 52 |
| 5.1.2 | ENFOQUE: ESPECIALIZACIÓN DE PROBLEMA | 52 |
| 5.2 | MISIÓN | 52 |
| 5.3 | VISIÓN | 52 |
| 5.4 | VALORES | 53 |
| 5.5 | ALIANZAS ESTRATÉGICAS..... | 53 |
| 6 | <i>PLAN DE MARKETING.....</i> | 54 |
| 6.1 | DEFINIR SEGMENTO OBJETIVO..... | 54 |
| 6.2 | PROPUESTA DE VALOR DIFERENCIADORA | 55 |
| 6.3 | POSICIONAMIENTO DE MARCA..... | 56 |
| 6.4 | DESARROLLO DEL MARKETING MIX: LAS 4 P PARA SERVICIOS JURÍDICOS | 57 |
| 6.4.1 | PRODUCTO | 57 |
| 6.4.2 | PRECIO | 58 |
| 6.4.3 | PROMOCIÓN | 59 |
| 6.4.4 | PLAZA..... | 60 |

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 7 | PLAN OPERACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS | 62 |
| 7.1 | ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA..... | 62 |
| 7.2 | HORARIOS DE ATENCIÓN Y GESTIÓN DE CAUSAS..... | 66 |
| 7.3 | OFICINA Y CAPACIDADES | 66 |
| 7.3.1 | PÁGINA WEB..... | 67 |
| 7.3.2 | POST VENTA..... | 67 |
| 7.3.3 | RESUMEN DEL PROCESO | 68 |
| | FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA (LUCCID)..... | 68 |
| 7.4 | ORGANIGRAMA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL..... | 69 |
| 7.4.1 | ESTUDIO DE TIEMPOS DE PROCESO | 71 |
| 8 | ANÁLISIS ECONÓMICO | 72 |
| 8.1 | INVERSIÓN INICIAL | 72 |
| 8.2 | COSTOS DE REMUNERACIONES..... | 73 |
| 8.3 | GASTOS DE FUNCIONAMIENTO..... | 73 |
| 8.4 | PROYECCIÓN DE ESTADOS DE RESULTADO | 74 |
| 8.5 | CAPITAL DE TRABAJO..... | 76 |
| 8.6 | PROYECCIÓN DE FLUJO DE CAJA Y VIABILIDAD ECONÓMICA | 76 |
| 8.6.1 | FLUJO DE CAJA..... | 76 |
| 8.6.2 | TASA DE DESCUENTO..... | 78 |
| 8.6.3 | VALOR RESIDUAL | 78 |
| 8.6.4 | VIABILIDAD ECONÓMICA..... | 78 |
| 8.7 | ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD..... | 78 |
| 8.7.1 | RESULTADO ANÁLISIS SENSIBILIDAD | 79 |
| 9 | CONCLUSIONES..... | 81 |
| 10 | BIBLIOGRAFÍA..... | 83 |
| 11 | ANEXOS | 85 |
| 11.1 | FORMULARIO RECLAMACIÓN ANTE JUZGADOS CIVILES (DAÑOS Y PERJUICIOS)..... | 85 |
| 11.2 | PERFIL DE LOS 7 GRUPOS SOCIOECONÓMICOS DE LA NUEVA SEGMENTACIÓN Y COMO SE DIVIDE LA POBLACIÓN EN CHILE | 90 |
| 11.3 | SENTENCIAS JUZGADO POLICÍA LOCAL AÑO 2019 POR COMUNA SELECCIONADA | 91 |
| 11.4 | RESPUESTA CORPORACIÓN ASISTENCIA JUDICIAL METROPOLITANA SOBRE ASISTENCIA DERECHOS CONSUMIDOR | 92 |
| 11.5 | EXTRACTO DERECHOS Y DEBERES DE CONSUMIDORES ACTUALIZADO 01 ENERO 2020 | 93 |
| 11.5.1 | DERECHOS..... | 93 |
| 11.5.2 | DEBERES..... | 94 |
| 11.5.3 | DERECHOS DEL CONSUMIDOR EN MATERIA FINANCIERA..... | 94 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 11.6 | RESUMEN DE CAUSAS FALLADAS POR LOS JPL AÑO 2017 | 97 |
| 11.7 | MUESTRA ANÁLISIS DE COMPETIDORES APLICADAS ENTRE EL 01 DE JUNIO Y 15 DE JULIO | 98 |
| 11.8 | FORMULARIO ENCUESTA SATISFACCIÓN DE CONSUMIDORES | 99 |
| 11.9 | GASTO PROYECTADO EN REMUNERACIONES POR AÑO | 106 |
| 11.10 | ESTADO DE RESULTADOS AÑO 1 DE FUNCIONAMIENTO | 109 |
| 11.11 | CALCULO CAPITAL DE TRABAJO, ESCENARIO ESPERADO 1..... | 110 |
| 11.12 | FLUJO DE CAJA COMPORTAMIENTO DE SENSIBILIDAD ANTE VARIACIÓN DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO EN 0,5 NEGATIVO | 111 |
| 11.13 | FLUJO DE CAJA COMPORTAMIENTO SENSIBILIDAD ANTE DISTRIBUCIÓN VENTA DE PRODUCTOS NEGATIVO | 112 |
| 11.14 | FLUJO DE CAJA COMPORTAMIENTO SENSIBILIDAD ANTE DISTRIBUCIÓN VENTA DE PRODUCTOS Y REDUCCIÓN PARTICIPACIÓN DE MERCADO 0,5 NEGATIVO | 113 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|--|----|
| Ilustración 1: Promedio cobro abogados 2014 | 1 |
| Ilustración 2: Grafico Reclamos SERNAC por mercado 2018 | 3 |
| Ilustración 3: Temas atingentes a la reclamación de interés individual JPL | 15 |
| Ilustración 4: Proceso de Reclamación Individual ante el JPL | 18 |
| Ilustración 5: Enunciado Base derechos al consumidor | 22 |
| Ilustración 6: Distribución Reclamos por servicio de Telecomunicaciones..... | 24 |
| Ilustración 7: Principales motivos de reclamo Mercado automotriz | 27 |
| Ilustración 8: Comportamiento Mercado de Reclamos | 28 |
| Ilustración 9: Principales Hallazgos Contigo Consumidor | 29 |
| Ilustración 10: Principales Hallazgos Defensa Consumidor | 30 |
| Ilustración 11: Principales Hallazgos Defensa Clientes | 31 |
| Ilustración 12: Principales Hallazgos Soy Consumidor | 31 |
| Ilustración 13 Perfil de los siete grupos socioeconómicos | 34 |
| Ilustración 15: Principales Hallazgos Encuesta Financiera Hogares 2017..... | 35 |
| Ilustración 16: Distribución Respuestas por Región | 38 |
| Ilustración 17: Distribución Respuesta a Mercados | 39 |
| Ilustración 18: Motivos de Reclamación Mercado Retail. | 40 |
| Ilustración 19: Respuesta Motivos para no iniciar demanda..... | 41 |
| Ilustración 20: Posición Relativa de la Firma..... | 47 |
| Ilustración 21: Valores de Reclamaciones en UF..... | 48 |
| Ilustración 22: Análisis FODA..... | 50 |
| Ilustración 23: Estrategias genéricas Porter (2009)..... | 51 |
| Ilustración 24: Fuentes de Segmentación | 54 |
| Ilustración 25: Preferencias de Servicio clientes | 55 |
| Ilustración 26: Propuesta de Valor | 56 |
| Ilustración 27: Productos ofrecidos | 58 |
| Ilustración 28: Factores de Diferenciación..... | 58 |
| Ilustración 29: Precios de Producto | 59 |
| Ilustración 30: Población por Comuna | 61 |
| Ilustración 31: Clientes Potenciales por región | 62 |
| Ilustración 32: Estimación de Participación de Mercado | 63 |
| Ilustración 33: Precio promedio de compra por producto | 64 |
| Ilustración 34: Ingresos anuales estimados ejercicio proyección 8 años | 65 |
| Ilustración 35: Evolución Ventas ejercicio proyectado..... | 66 |
| Ilustración 36: Resumen Proceso de Venta | 68 |
| Ilustración 37: Organigrama..... | 69 |
| Ilustración 38: Flujo atención clientes..... | 70 |
| Ilustración 39: Estimación de Inversión | 73 |
| Ilustración 40: Proyección Sueldos y Compensaciones | 73 |
| Ilustración 41: Gastos de Funcionamiento | 74 |

| | |
|--|----|
| Ilustración 42: Estado de Resultados proyección 8 años..... | 75 |
| Ilustración 43: Proyección flujo de caja | 77 |
| Ilustración 44: Resumen Viabilidad Económica | 78 |
| Ilustración 45: Variaciones consideradas para el análisis de sensibilidad..... | 79 |
| Ilustración 46: Resumen resultado análisis de sensibilidad | 79 |