

## INDICE

Introducción.....	1.
1. Capítulo I “Naturaleza del proyecto” .....	3.
1.1 Procesos creativo para determinar el producto o servicio de la empresa.....	3.
1.1.2 Lluvia de ideas.....	3.
1.1.3 Evaluación de las ideas anteriores.....	5.
1.1.4 Criterios para evaluar las ideas.....	6.
1.1.5 Descripción de la idea seleccionada.....	7.
1.1.6 Introducción al nombre de la empresa.....	8.
2. Capítulo II “Perfil del proyecto” .....	10.
2.1 Antecedentes del tema.....	10.
2.2. Justificación.....	14.
2.3 Objetivos.....	15.
2.3.1 Objetivos Generales.....	15.
2.3.2 Objetivos Específicos.....	15.
2.4 Alcance.....	16.
2.4.1 Alcance Geográfico.....	16.
2.4.2 Alcance Temporal.....	16.
3. Capítulo III “Estudio de mercado” .....	17.
3.1 Definición de estudio de mercado.....	17.
3.2 Principales aspectos relacionados al estudio de mercado.....	18.
3.2.1 Descripción del servicio principal.....	18.
3.3. Determinación del objetivo.....	18.
3.3.1 Objetivo del estudio de mercado.....	18.
3.3.2 Objetivos específicos.....	18.
3.4 Desarrollo del plan de investigación.....	19.
3.4.1 Análisis de la oferta.....	19.

3.5 Análisis de la demanda.....	20.
3.5.1 Análisis de los precios.....	20.
3.5.2 Precio de venta.....	21.
3.5.3 Precio de competencia.....	21.
3.5.4 Comercialización y distribución.....	21.
3.5.4.1 Determinación del universo de estudio.....	22.
3.5.5 Fuentes de información.....	25.
3.5.5.1 Fuentes primarias.....	25.
3.5.5.1.1 Técnicas de recolección de fuentes primarias.....	25.
3.5.5.1.2 Fuentes secundarias.....	26.
3.6 Datos y resultados obtenidos.....	27.
3.6.1 Encuestas a hombres y mujeres desde los 25 a 65 años.....	27.
3.6.1.1 Conclusión de la investigación.....	30.
3.6.2 Encuesta a empresas que toman un seguro.....	31.
3.6.2.1 Conclusión de la investigación.....	34.
3.6.3 Encuesta a empresas aseguradoras.....	34.
3.7 Conclusiones del estudio de mercado.....	37.
4. Capítulo IV “Tamaño y localización” .....	38.
4. Localización.....	38.
4.1 Macro Localización.....	38.
4.2 Micro localización.....	40.
5. Capítulo V “Área de estrategia” .....	43.
5. Introducción.....	43.
5.1 Direccionamiento estratégico.....	44.
5.1.1 Misión.....	44.
5.1.2 Visión.....	46.
5.2 Valores organizacionales.....	47.

5.3	Objetivos estratégicos.....	48.
5.3.1	Objetivos estratégicos a corto plazo.....	49.
5.3.2	Objetivos estratégicos a largo plazo.....	49.
5.4	Estrategia corporativa.....	50.
5.4.1	Lo adicional que se ofrecerá al cliente.....	51.
5.4.2	Ventajas competitivas de la empresa.....	51.
5.4.3	Estrategias competitivas que aplicara la empresa.....	52.
5.5	Diagnostico externo.....	53.
5.5.1	Fuerzas competitivas de porter.....	53.
5.6	Diamante de porter.....	59.
5.7	Análisis F.O.D.A.....	60.
5.8	Propósito estratégico.....	63.
5.9	Control estratégico.....	63.
6.	Capítulo VI “Área de Marketing” .....	64.
6.1	Introducción.....	64.
6.2	Determinación de objetivos.....	65.
6.2.1	Objetivo General.....	65.
6.2.2	Mercado meta.....	66.
6.3	Estrategia comercial.....	66.
6.3.1	Variable servicio.....	68.
6.3.2	Variable precio.....	68.
6.3.3	Variable distribución.....	69.
6.3.4	Variable comunicación.....	69.
6.4	Estrategia de servicio.....	74.
6.4.1	Capacitación.....	74.
7.	Capítulo VII “Ingeniería del proyecto” .....	75.
7.1	Introducción.....	75.

7.2 Definición y características del servicio.....	75.
7.3 Procesos críticos del servicio.....	75.
7.3.1 Seguros ofertados.....	76.
7.3.2 Entrada de clientes.....	76.
7.3.3 Seguimiento del seguro.....	76.
7.3.4 Servicio personalizado.....	77.
7.4 Diseño y distribución.....	77.
7.5 Requerimiento de infraestructura y equipos.....	78.
7.5.1 Requerimiento de equipos.....	78.
7.5.2 Requerimiento de muebles y enseres.....	79.
7.5.3 Requerimiento de equipos de computación y comunicación.....	80.
8. Capítulo VIII “Organización”.....	84.
8.1 Organización jurídica de la empresa.....	85.
8.2 Razon social de la empresa.....	85.
8.3 Área organizacional de recursos humanos.....	85.
8.3.1 Organigrama de la empresa INTERMEDIA BROKERS.....	85.
8.3.2 Manual de funciones.....	87.
8.3.3.1 Capital de personal.....	90.
8.3.3.2 Reclutamiento personal.....	91.
8.3.3.3 Selección de personal.....	92.
8.3.3.4 Contratación de personal.....	92.
8.4 Evaluación de desempeño.....	94.
9. Capitulo IX “Inversiones y financiamiento”.....	102.
9. Introducción.....	102.
9.1.1 Componentes de la inversión fija.....	102.
9.1.1.1 Edificio y obra civiles.....	103.
9.1.1.2 Inversiones en equipos de computación.....	103.

9.1.1.3 Inversión en equipos e instalaciones.....	104.
9.1.1.4 Inversión en muebles y enseres.....	104.
9.1.1.5 Imprevisto en activo total.....	105.
9.1.2 Activos diferidos.....	106.
9.1.2.1 Gastos pre operativos de implementación.....	106.
9.1.2.2 Gastos en software de gestión.....	107.
9.1.2.3 Imprevisto en intangibles.....	107.
9.1.2.4 Capacitación.....	107.
9.1.2.5 Publicidad.....	108.
9.1.2.5.1 Capital de trabajo.....	108.
9.1.2.6 Imprevisto en intangibles.....	108.
9.2 Inversión total.....	109.
9.3 Cronograma de inversiones y reposición de inversiones.....	110.
9.4 Financiamiento.....	111.
9.4.1 Estructura del capital.....	111.
9.4.2 Estructura del financiamiento.....	112.
9.4.3 Características del crédito.....	112.
10. Capitulo X “Ingresos y costos del proyecto” .....	113.
10. Introducción.....	113.
10.1 precio de venta.....	113.
10.1.1 Ingresos proyectados.....	114.
10.2 Costos.....	115.
10.2.1 Calculo de la depreciación.....	115.
10.2.1.1 Amortización de gastos.....	116.
10.2.1.2 Impuestos por pagar.....	117.
10.2.1.2.1 Impuestos al valor agregado IVA.....	117.
10.2.2 Impuestos a las utilidades de la empresa.....	118.

11. Capitulo XI “Estados financieros” .....	120.
11. Introducción.....	120.
11.1 Estados de resultados.....	120.
11.1.1 Punto de equilibrio.....	121.
12. Capitulo XII “Evaluación del proyecto” .....	124.
12. Introducción.....	124.
12.1 Criterios de inversión.....	124.
12.1.1 Valor actual neto.....	124.
12.1.2 Tasa interna de retorno.....	125.
12.1.3 Índice de rentabilidad o índice costo beneficio.....	126.
12.1.4 Periodo de recuperación de inversión.....	127.
13. Capitulo XIII “Conclusiones y aportes” .....	128.
13.1 Conclusiones.....	128.
13.2 Aportes.....	129.