

Tabla de contenido

1. Introducción.....	1
2. Descripción general del tema a abordar	2
3. Objetivos y resultados esperados	3
3.1 Objetivo general	3
3.2 Objetivos específicos.....	3
3.3 Resultados esperados	4
3.4 Alcances.....	4
4. Marco conceptual.....	5
5. Metodología	8
5.1 Elaboración del diagnóstico.....	8
5.1.1 Caracterización del negocio en el extranjero.....	8
5.1.1.1 Entrevistas en profundidad.	8
5.1.1.2 Ofertas de valor en el extranjero.....	9
5.1.1.3 Caracterización de clientes en el extranjero.	11
5.1.1.4 Flujo de ventas y operativo del seguro.....	12
5.1.2 Análisis interno: Factibilidad, alcance y limitaciones de integración.....	12
5.1.2.1 Entrevistas en profundidad.	12
5.1.2.2 Revisión de procesos y estructuras.	13
5.1.2.3 Revisión de Viabilidad y Compatibilidad con políticas internas (Legales, Operaciones, suscripción y pricing, comerciales, producto).....	14
5.1.2.4 Riesgos y mitigadores en la integración, implementación y comercialización.	14
5.1.3 Análisis de la industria de seguros en Chile.	15
5.1.3.1 Tamaño.....	15
5.1.3.2 Rentabilidad.....	18
5.1.3.3 Crecimiento.....	18
5.1.4 Análisis del entorno.	19
5.1.4.1 Factores Políticos.....	19
5.1.4.2 Económica.	19
5.1.4.3 Socio - Culturales.....	20
5.1.4.4 Tecnológicos.....	21
5.1.4.5 Legislación.....	23
5.1.4.6 Ecología.....	24
5.1.5 Análisis de clientes.....	24

5.1.5.1	Identificación y caracterización de los distintos segmentos de clientes potenciales.....	25
5.1.5.2	Levantamiento de las necesidades de cada segmento.....	25
5.1.5.3	Niveles de valoración del servicio para cada segmento.....	26
5.1.5.4	Análisis y hallazgos de los segmentos evaluados.	26
5.1.6	Análisis de competidores en Chile.	27
5.1.6.1	Determinar competidores y servicios que ofrecen.	27
5.1.6.2	Fortalezas y diferenciación de la competencia.	31
5.1.6.3	Fortalezas y diferenciación con la competencia.....	33
5.1.6.4	Proceso de venta, propuesta de valor y rentabilidad.	33
6.	Síntesis Estratégica.	37
6.1	FODA: Resumen de las principales variables del diagnóstico.....	37
7.	Diseño de la estrategia.	41
7.1	Selección de segmento objetivo.....	41
7.2	Descripción del modelo de negocio.....	41
7.3	Producto.....	45
7.4	Precio.....	46
7.5	Plaza.....	48
7.6	Promoción.....	48
8.	Evaluación de la factibilidad técnica y económica.....	49
8.1	Flujo de caja.....	49
8.2	Obtención de indicadores financieros (VAN, TIR, Valor Residual).....	51
8.3	Sensibilizaciones.....	51
9.	Conclusiones y recomendaciones.....	52
9.1	Conclusiones.....	52
9.2	Recomendaciones.....	54
10.	Bibliografía.....	55
11.	Anexos.....	56