

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 ANTECEDENTES GENERALES	1
1.1.1 Sector Industrial	1
1.1.1.1 Mercado de Valores	1
1.1.1.2 Las Administradoras Generales de Fondos.....	2
1.1.1.3 Fondos Mutuos	4
1.1.1.4 Fondos de Inversión.....	7
1.1.2 Caracterización General de la Empresa	8
1.1.2.1 Historia de LarrainVial.....	8
1.1.2.2 LarrainVial Administradora General de Fondos.....	10
1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y JUSTIFICACIÓN.....	14
1.3 OBJETIVO GENERAL	16
1.4 ALCANCES Y RESULTADOS ESPERADOS.....	16
CAPÍTULO 2: MARCO CONCEPTUAL Y METODOLOGÍA.....	17
2.1 MARCO CONCEPTUAL	17
2.1.1 Dirección Estratégica	17
2.1.2 Formulación Estratégica.....	18
2.1.2.1 Análisis PEST	18
2.1.2.2 Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter	21
2.1.2.3 Análisis Interno	26
2.1.2.4 Análisis FODA.....	26
2.1.3 Control de Gestión	28
2.1.4 Balanced Scorecard.....	29
2.1.4.1 Implantación del Balanced Scorecard	30
2.1.4.2 Perspectiva Financiera.....	33
2.1.4.3 Perspectiva del Cliente	33
2.1.4.4 Perspectiva de Procesos Internos	34
2.1.4.5 Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento.....	34
2.1.5 Mapa Estratégico	34
2.1.6 Indicadores	35
2.2 METODOLOGÍA	36

2.2.1	Descripción del sector industrial y caracterización general de la empresa	36
2.2.2	Análisis interno y externo de la Administradora General de Fondos.....	36
2.2.3	Análisis de la línea estratégica de la Administradora General de Fondos.....	37
2.2.4	Determinación de los objetivos estratégicos	38
2.2.5	Determinación de indicadores y sus metas	38
2.2.6	Establecimiento de iniciativas estratégicas.....	39
CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE ENTORNO		39
3.1	ENTORNO EXTERNO	39
3.1.1	Análisis PEST.....	39
3.1.1.1	Factores Político – Legales	39
3.1.1.2	Factores Económicos.....	41
3.1.1.3	Factores Socio- Culturales	44
3.1.1.4	Factores Tecnológicos.....	45
3.1.2	Las Cinco Fuerzas de Porter	45
3.1.2.1	Poder de negociación de clientes	45
3.1.2.2	Poder de negociación de proveedores.....	46
3.1.2.3	Amenaza de nuevos entrantes.....	47
3.1.2.4	Amenaza de productos sustitutos.....	48
3.1.2.5	Rivalidad entre los competidores	49
3.2	ENTORNO INTERNO	53
3.2.1	Recursos Tangibles	53
3.2.1.1	Físicos	53
3.2.1.2	Financieros.....	54
3.2.2	Recursos Intangibles	54
3.2.2.1	Tecnológicos.....	54
3.2.2.2	Organizativos	55
3.2.2.3	Humanos	56
3.2.2.4	Otros	57
3.3	ANÁLISIS FODA.....	58
3.3.1	Fortalezas	58
3.3.2	Oportunidades.....	58
3.3.3	Debilidades	60
3.3.4	Amenazas	60

CAPÍTULO 4: DISEÑO DEL BALANCED SCORECARD.....	61
4.1 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES	61
4.2 COMPETENCIAS CRÍTICAS	62
4.2.1 Proceso de Inversión Renta Variable.....	63
4.2.2 Proceso de Inversión Renta Fija.....	64
4.2.3 Proceso de Inversión Balanceados	65
4.3 LÍNEA ESTRATÉGICA.....	65
4.4 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	66
4.4.1 Perspectiva Financiera	66
4.4.2 Perspectiva del Cliente	66
4.4.3 Perspectiva de Procesos Internos	67
4.4.4 Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento	68
4.5 CONSTRUCCIÓN DEL MAPA ESTRATÉGICO.....	70
4.6 INDICADORES Y METAS ESTRATÉGICAS.....	71
4.6.1 Indicadores Perspectiva Financiera	71
4.6.1.1 Aumentar Utilidades	71
4.6.2 Indicadores Perspectiva del Cliente	71
4.6.2.1 Incrementar AUM de Clientes Institucionales y Retail de Alto Patrimonio.....	71
4.6.2.2 Servicio Personalizado.....	74
4.6.3 Indicadores Perspectiva de Procesos Internos	75
4.6.3.1 Poseer Rentabilidades Competitivas a Mediano y Largo Plazo.....	75
4.6.3.2 Estar a la Vanguardia en Oportunidades de Inversión	76
4.6.4 Indicadores Perspectiva de Aprendizaje y Crecimiento	77
4.6.4.1 Retener Especialistas	77
4.6.4.2 Mejorar el Clima Laboral.....	79
4.7 BALANCED SCORECARD.....	80
4.8 INICIATIVAS ESTRATÉGICAS.....	81
CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES.....	83
GLOSARIO.....	84
BIBLIOGRAFÍA	89
ANEXOS	97
ANEXO A: Evidencia de éxito del proceso de inversión.	97
ANEXO B: Plan Comercial	98

ESTRATEGIA STP.....	98
Segmentación.....	98
Targeting.....	99
Posicionamiento.....	99
TÁCTICA 4 P.....	99
Producto.....	99
Precio.....	100
Promoción.....	101
Plaza.....	102
ANEXO C: Evidencia de éxito del proceso de inversión.....	104