

Índice General	
Resumen Ejecutivo	1
Capítulo 1 – Introducción	2
1.1 Contexto	2
1.2 Objetivo general	3
1.3 Objetivos específicos	3
1.4 Justificación	3
1.5 Alcance y limitaciones	4
Capítulo 2 – Marco Teórico.....	6
2.1 Marco teórico para misión, visión y valores	7
2.2.1 Marco general	9
2.2.2 Marco de la industria	9
2.2.3 Marco de los competidores	10
2.3 Marco teórico para análisis interno	10
2.4 Marco teórico para matriz FODA cuantitativo	10
2.5 Marco teórico para Propuesta de Valor	11
La propuesta de valor es el factor que hace que un cliente se decante por una u otra	11
2.6 Marco teórico para ejes estratégicos	11
2.7 Marco teórico para el Modelo de Negocios	11
2.8 Marco teórico para el mapa estratégico	12
2.9 Marco teórico para tableros de gestión y control	13
2.10 Marco teórico para cuadro de mando integral	14
2.11 Marco teórico para esquema de incentivos	14
Capítulo 3 – Formulación Estratégica	16
3.1 Contexto Organizacional	16
3.1.1 Grupo Interserve	16
3.1.2 RMD Kwikform Chile S.A. (en adelante “RMD”)	18
3.2 Misión, visión y Valores	20
3.2.1 Análisis y definición de la Misión.	20
3.2.2 Análisis y definición de la Visión.....	22
3.2.3 Valores.	23
3.3 Análisis Estratégico (FODA)	24
3.3.1 Análisis Externo	24
3.3.1.1 Marco General	24
3.3.1.2 Marco de la Industria	27
3.3.1.3 Marco de los Competidores	30
3.3.2 Análisis Interno	34
3.3.2.1 Actividades primarias	35
3.3.2.2 Actividades de Apoyo	39
3.3.3. Matriz FODA	41
3.3.3.1 Selección de FODA para matriz cuantitativa	41
3.3.3.2 Matriz FODA cuantitativa	42
3.3.3.3 Conclusión matriz FODA	46
3.4 Propuesta de Valor	47
3.4.1 Definición formal de la propuesta de valor	47
3.4.2 Relación entre valores y la propuesta de valor	49
3.4.3 Ejes estratégicos	50
3.4.4 Modelo causa-efecto	50
Capítulo 4 – Desarrollo de la Estratégica	52
4.1 Modelo de Negocios	52

4.2 Mapa Estratégico	57
4.2.1 Desarrollo del Mapa Estratégico	57
4.2.2 Diccionario de Objetivos	59
4.2.3 Tableros de Gestión y Control	61
4.2.3.1 Tableros de Gestión y Control – Departamento de Operaciones	62
4.2.3.2 Tableros de Gestión y Control – Departamento Comercial	64
4.3 CMI	67
Capítulo 5 - Alineamiento Organizacional (Esquemas de Incentivos)	70
5.1 Situación actual esquemas de incentivos en RMD	70
5.1.1 Incentivos financieros	70
5.1.2 Incentivos no financieros	72
5.1.3 Conclusiones de la situación actual de esquemas de incentivos	73
5.2 Propuesta de esquema de incentivos financieros	73
5.3 Propuesta de esquema de incentivos no financieros.....	78
Capítulo 6 – Conclusiones.....	79
Capítulo 7 – Bibliografía y fuentes de información	81