

Universidad de Lima

Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas

Carrera de Administración



CASO DE ESTUDIO: PLAN ESTRATÉGICO PARA LA DIVISIÓN DE TARJETAS DE CRÉDITO DE INTERBANK

Trabajo de suficiencia profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Administración

Claudia Valeria Rocca Huanca

Código 20161249

Asesora

Julia Teresa Velarde Sussoni de Gil

Lima – Perú

Octubre 2023

**CASE STUDY: STRATEGIC PLAN FOR THE
INTERBANK CREDIT CARD DIVISION**



TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO	2
1.1. Diagnóstico Interno.....	2
1.1.1. Breve Historia de la empresa	2
1.1.2. Alcance del trabajo	3
1.1.3. Análisis de Modelo de Negocio.....	3
1.1.4. Análisis de Cadena de Valor.....	9
1.1.5. Definición y sustentación de las Ventajas Competitivas	14
1.1.6. Determinación de Sustentación de Fortalezas	16
1.1.7. Determinación de Sustentación de Debilidades.....	18
1.1.8. Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI).....	19
1.2. Diagnóstico Externo	21
1.2.1. Análisis del Macroentorno.....	21
1.2.2. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas del Sector Industrial	27
1.2.3. Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE).....	31
1.3. ANÁLISIS MATRICIAL	32
1.3.1. Matriz FODA.....	32
1.3.2. Matriz Planeación Estratégica Cuantitativa.....	35
CAPÍTULO II: FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA	37
2.1. Cambio en la visión, propósito y políticas de la división	37
2.2. Formulación de objetivos estratégicos y las metas de la división	38
2.3. Propuesta y sustentación de estrategias corporativas, de negocios y funcionales ...	39
CAPÍTULO III: IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA.....	40
3.1. Evaluación del Rediseño o no rediseño de la estructura organizacional	40
3.2. Propuestas de Cambios para mejorar la implementación de estrategias	41
CAPÍTULO IV: CONTROL ESTRATÉGICO	43
4.1. Diseño de un Mapa estratégico de Control.....	43
4.2. Desarrollo de un Cuadro de mando integral	44
CONCLUSIONES	46

RECOMENDACIONES	48
REFERENCIAS	50
BIBLIOGRAFÍA	53
ANEXOS.....	54



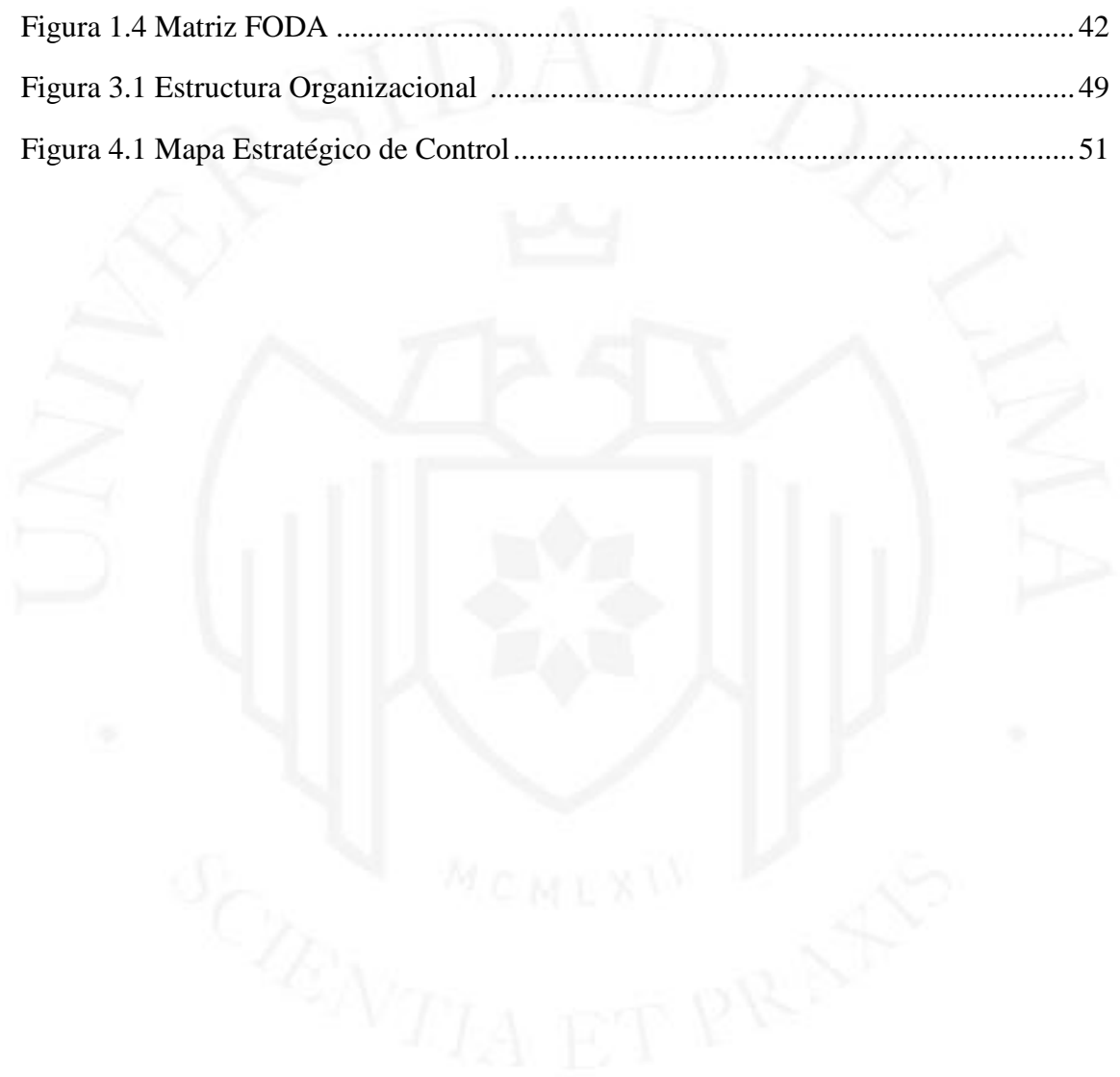
ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Matriz EFI.....	29
Tabla 1.2 Matriz EFE.....	39
Tabla 1.3 Matriz de Planeación Estratégica cuantitativa.....	43
Tabla 2.1 Propuesta de Misión y Visión.....	45
Tabla 2.2 Objetivos estratégicos	46
Tabla 4.1 Balance Scorecard	53



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Modelo Canvas.....	17
Figura 1.2 Cadena de Valor.....	22
Figura 1.3 Análisis VRIO.....	24
Figura 1.4 Matriz FODA.....	42
Figura 3.1 Estructura Organizacional.....	49
Figura 4.1 Mapa Estratégico de Control.....	51



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Reporte de Clasificación Interbank - Apoyo & Asociados.....	62
Anexo 2: Reporte de Sostenibilidad Interbank: Inclusión y educación financiera.....	63



RESUMEN

En el presente estudio, se observa el desarrollo del análisis estratégico de Interbank, tomando como alcance de trabajo, su división de tarjetas de crédito, todo ello con el objetivo de dar a conocer el estado actual de la empresa, su posicionamiento en la industria y como esta viene afrontando las amenazas y oportunidades de su entorno. De igual modo, se realizó un análisis introspectivo en el cual se detallan las debilidades que la división tiene por corregir y fortalezas por aprovechar. En línea con ello, y siguiendo el proceso de una gestión estratégica, se procedió con la formulación de estrategias para recomendar su aplicación, en base a los resultados de la matriz de FODA cruzada y planeación estratégica cuantitativa. Además, se proponen ciertos cambios para una óptima implementación, basado en cuatro pilares: organización, personas clave, cultura organizacional y sistemas de información y dirección; al igual que herramientas de control de gestión como el Cuadro de mando integral para el seguimiento del cumplimiento de los objetivos planteados.

Línea de Investigación: 5200 - 31.a2

Palabras clave: Análisis estratégico, matriz FODA cruzada, planeación estratégica cuantitativa, sistemas de información y dirección, cuadro de mando integral.

ABSTRACT

In this study, the development of Interbank's strategic analysis is observed, taking its credit card division as an analysis approach, all with the objective of making known the current state of the company, its positioning in the industry and how It has been facing the threats and opportunities in its environment. Likewise, an introspective analysis was carried out in which the weaknesses that the division has to correct and strengths to take advantage of are detailed. In line with this, and following the strategic management process, strategies were formulated to recommend their application, based on the results of the crossed SWOT matrix and the quantitative strategic planning. In addition, certain changes are proposed to guarantee optimal implementation, based on four pillars: organization, key people, organizational culture and information and management systems; as well as management control tools such as the Balanced Scorecard to monitor compliance with the set objectives.

Line of research: 5200 - 31.a2

Keywords: Strategic analysis, crossed SWOT matrix, quantitative strategic planning, information and management systems, balanced scorecard.

INFORME DE ORIGINALIDAD

10%

INDICE DE SIMILITUD

10%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	gestion.pe Fuente de Internet	1%
2	www.bcrp.gob.pe Fuente de Internet	1%
3	masfinanzas.com.pe Fuente de Internet	1%
4	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
5	repositorio.unp.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	ventas.interbank.pe Fuente de Internet	<1%
7	www.smv.gob.pe Fuente de Internet	<1%
8	www.bbva.com Fuente de Internet	<1%
9	larepublica.pe Fuente de Internet	<1%

10	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
11	mail.mesadeconcertacion.org.pe Fuente de Internet	<1 %
12	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
13	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
14	dataonline.gacetajuridica.com.pe Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.unab.cl Fuente de Internet	<1 %
16	vdocuments.com.br Fuente de Internet	<1 %
17	theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
18	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
19	www.evisos.com.ar Fuente de Internet	<1 %
20	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1 %
21	repositorio.uide.edu.ec	

Fuente de Internet

<1 %

22

repositorio.unas.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

23

pa.bibdigital.uccor.edu.ar

Fuente de Internet

<1 %

24

www.ipsos.com

Fuente de Internet

<1 %

25

bolsa.hispavista.com

Fuente de Internet

<1 %

26

productos.herbalife.com.mx

Fuente de Internet

<1 %

27

qdoc.tips

Fuente de Internet

<1 %

28

www.prodintec.com

Fuente de Internet

<1 %

29

Submitted to Universidad Carlos III de Madrid

Trabajo del estudiante

<1 %

30

www.clubensayos.com

Fuente de Internet

<1 %

31

"Inter-American Yearbook on Human Rights /
Anuario Interamericano de Derechos

Humanos, Volume 25 (2009)", Brill, 2013

Publicación

<1 %

32	repositorio.uniautonoma.edu.co Fuente de Internet	<1 %
33	1library.co Fuente de Internet	<1 %
34	Submitted to Universidad Católica San Pablo Trabajo del estudiante	<1 %
35	Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados Trabajo del estudiante	<1 %
36	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
37	transparencia-economica.mef.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
38	Juan Pablo Vázquez Loaiza, Antonio Pérez-Torres, Karol Marylin Díaz Contreras. "Semantic Icons: A Sentiment Analysis as a Contribution to Sustainable Tourism", Sustainability, 2019 Publicación	<1 %
39	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
40	repositorio.upse.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
41	business.dailytimesleader.com Fuente de Internet	<1 %

42	dspace.esPOCH.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
43	dspace.uazuay.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
44	intellectum.unisabana.edu.co Fuente de Internet	<1 %
45	procesostarifarios.subtel.cl Fuente de Internet	<1 %
46	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
47	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
48	www.bnamericas.com Fuente de Internet	<1 %
49	www.gerona.inf.cu Fuente de Internet	<1 %
50	www.ilog.es Fuente de Internet	<1 %
51	www.ministeriodesalud.go.cr Fuente de Internet	<1 %
52	www.scoop.it Fuente de Internet	<1 %
53	www.voanoticias.com Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Activo