



MODELO DE CREACIÓN DE VALOR

FERNANDO PATRICIO ALARCÓN ROJAS
RAÚL RENE ROMERO VARAS
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo se enmarco dentro del área de *política de negocios*, específicamente en el uso de una herramienta para la implementación estratégica.

Esta herramienta la denominamos "GVA" (Gestión por Valor Agregado), las firmas de consultoría financiera usan distintos nombres pero a fin de cuentas están midiendo lo mismo, la creación o destrucción de valor. Este índice se uso para medir si las decisiones tomadas en la empresa crearan valor para los accionistas, trabajadores y sociedad.

Consistió básicamente en descubrir cuales son las *palancas claves* o las actividades que se desarrollan en la empresa y que ayudan a crear valor, medido a través del GVA, que consiste en que: a los flujos de caja descontados, restarles el costo del capital que se utilizo para generar esos flujos de caja.

La metodología utilizada consistió en contactar una empresa de la industria del vino, conocerla a fondo, obtener datos generales, financieros y proyecciones a futuro, luego calcular la creación o destrucción de valor de cinco años a la fecha, construir la malla de actividades y descubrir sus palancas claves a través de un análisis de sensibilidad y de maximización. Se encontraron 11 palancas claves o actividades que al sufrir una pequeña variación incrementaban el valor de la

empresa en un 24% y que el 60% de estas palancas se encuentran en la parte operacional que es donde se tiene el mayor control de las variables.

Términos Claves: Creación de Valor, Gestión por Valor Agregado, Palancas Claves, R.O.N.I., Capital Invertido, ROIC, WACC, Modelo de Creación de Valor.