

UNIVERSIDAD DE LA SABANA  
INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM

**RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)**

**ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:**

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo la descripción de cada variable. Debe ser revisado por el asesor(a) del proyecto. EL RAI se presenta (quema) en el mismo CD-Room del proyecto.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	ESPECIALIZACIÓN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
2	TÍTULO DEL PROYECTO	PLAN DE NEGOCIOS SISTEMA DE RECUBRIMIENTO NUEVO PARA PISCINAS
3	AUTOR(es)	VILLEGAS ROMERO GISELLA PAOLA, RINCON RUBIO OSCAR FERNANDO Y DUSSAN NARANJO FERNANDO
4	AÑO Y MES	2015 JUNIO
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	ROJAS GERARDO
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	El plan de Negocio consiste en la introduccion de productos americanos sustitutos del sistema tradiciona al mercado Colombiano, tomando como ubicación geografica inicial los Llanos orientales, Estos dos productos el Diamont Brite y el A+B Epoxy ofrecen a nuestro cliente final obras de alta calidad, garantías extendidas, amigables con el medio ambiente, El Diamont Brite sustituye el metodo tradicional de acabado final de la piscina cumpliendo con los estandares de calidad exgidos en la Ley 1209 y el A+B Epoxy nos ofrece reparacion rapida y economica del recubrimiento actual.
7	PALABRAS CLAVES	IMPORTACION PRODUCTOS RECUBRIMIENTO PISCINAS, DIAMONT BRITE, A+B EPOXY
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	COMERCIO
9	TIPO DE ESTUDIO	Se aplica la investigacion descriptiva, utilizandon el meto deductivo, proceso que nos permitio conocer los fenomenos generales de la actual situacion.
10	OBJETIVO GENERAL	Realizar un plan de negocios orientado a la oferta de los productos A+B EPOXY y DIAMONT BRITE en la ciudad de Villavicencio.
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Determinar un modelo empresarial que a través de bajos costos administrativos nos permitan desarrollar el modelo de negocios sostenibles en un tiempo no superior a tres años. Consolidar los productos como la mejor opción en la construcción de piscinas en Villavicencio. Ofrecer al cliente un producto que cumpla con todas las especificaciones técnicas exigidas por la Ley 1209 del 2008 en cuanto a lo que se refiere a la seguridad.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
12	<b>RESUMEN GENERAL</b>	<p>Con la elaboración del Plan de Negocios, se busca realizar en la ciudad de Villavicencio el negocio de construcción de piscinas con un nuevo sistema en acabado final y reparación, sustitutos del sistema tradicional, teniendo en cuenta que la ciudad de Villavicencio ha tenido un crecimiento acelerado y vertiginoso poblacionalmente. Buscamos dos productos nuevos para nuestro sector, americanos aprovechando el TLC con los Estados Unidos, garantizando que los productos a ofrecer cumplen con altos estándares de calidad, beneficio que es trasladado a nuestro cliente final.</p>
13	<b>CONCLUSIONES.</b>	<p>Es relevante indicar que durante las últimas décadas ha sido testigos de los cambios significativos que las organizaciones han implementado para lograr la fidelización de sus clientes y para enamorar el cambio potencial que cada día nace de manera particular en la ciudad de Villavicencio y el departamento del Meta. Pero para ninguna organización ha sido fácil motivar a la alta gerencia a flexibilizar el paradigma del pensamiento orientado en la producción y comercialización hacia uno orientado al cliente y sobre todo humanizarlo.</p> <p>En nuestro mercado, es fácil copiar todo tipo de estrategias de mercadeo que en otros países se han convertido en la panacea para lograr la fidelización de los clientes y mantener la expectativa mínima que el cliente espera obtener como calidad, precio, garantía producto, reconocimiento de marca, punto de venta entre otros, que se creen fundamentales en la sicología del cliente, pero realmente creemos que copiar, transcribir e inclusive aplicar tendencias viejas por nuevas son la quimera para lograr que los clientes se mantengan fieles a la empresa y peor aún que sean el enlace para lograr captar nuevos mercados; en realidad se debe comprender que esta pedagogía y metodología están enfocadas a llevar a la empresa a la quiebra total. El mercado en Villavicencio tiene una manera especial de invitar a la alta gerencia a pensar en ideas originales a la organización y a ver su negocio en forma diferente.</p> <p>En todo este contexto, la competencia se hará más intensa y agresiva, donde la sobrevivencia de las organizaciones ineficientes e ineficaces, es decir, no productivas se verá cada vez más amenazado.</p> <p>Teniendo en cuenta los objetivos propuestos se describieron y formularon los estudios de mercado, técnicos, administrativos, económicos, financieros, y ambientales, donde cada uno de ellos fue prerrequisito del otro para lograr entender y comprender sus procesos, dinámica productividad y competitividad acorde con las exigencias del mercado.</p>

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	BRIONES, Guillermo. Evaluación educacional, 3 Edición Bogotá D.C. Colombia 1996. p. 156.
		CONTRERAS BUITRAGO, Marco Elías. Fenomenología de la empresa. UNAD. 2005. 328 p.
		CONTRERAS BUITRAGO, Marco Elías. Formulación y evaluación de proyectos. UNAD. 2005. 505 p.
		CUERO MURILLO, Jorge Enrique. Como iniciar y fortalecer proyectos productivos. El plan de negocio. Manual 4. Primera edición. 2008. 54 p.
		ENRÍQUEZ PALOMINO, Antonio. Seguridad en el trabajo. FC Editorial. 2005. 749 p.
		ESTUPIÑAN GAITÁN, Rodrigo. Análisis financiero y de gestión. Segunda edición. Ecoe Ediciones. Abril 2007. 405 p.
		LERMA GONZÁLEZ, Héctor Daniel. Metodología de la investigación. Cuarta edición. Ecoe Ediciones. Bogotá. D.C., Agosto 2009. 193. p.
		MALDONADO PINTO, Jorge. Principios de marketing. Ediciones de la U. Bogotá D.C. 2013. Colombia. 173 p.
		MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología y edición. Editorial Mc Graw Hill. 2004. p. 131.
		NEIRA RODRÍGUEZ, José Antonio. Como preparar el Plan de Empresa. Fe Editorial. 2008, 238 p.
		TARAPUEZ CHAMORRO, Edwin. Creatividad empresarial. Ecoe Ediciones. Bogotá D.C. 2008. 185 p.
TORRES, Luz Estella. Estadística básica. Editorial Pyme. 2005. 187 p.		
WALTEROS VILLAREAL, Ornar. Gestión y creación Empresarial. Plan de negocio. Editorial INSPA - UMECIT. Primera edición, abril de 2009, 114. p.		