

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 (quemado) en el mismo CD-Room del proyecto.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	Especialización en Gerencia Estratégica
2	TÍTULO DEL PROYECTO	Plan de Diseño Estratégico para la empresa "Érase una vez"
3	AUTOR(es)	Meneses Marín Jorge Andrés, Rodríguez Rodríguez Jineth Lucero, Santander Herrera Diego Fernando.
4	AÑO Y MES	2014, Mayo.
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	Zúñiga Castañeda Francisco José.
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	<p>RESUMEN "Érase una vez" es el sueño de una santandereana, que consiste en ofrecer paquetes de decoración temática y personalizada para eventos infantiles. La compañía planea iniciar en Bucaramanga, donde existe un mercado suficiente dispuesto a utilizar sus servicios. Se pretende conquistar el mercado con el valor agregado que genera la organización integral de decoraciones para eventos infantiles. Las fortalezas frente a los competidores radican en disponer de una fábrica de figuras en MDF, generar una imagen publicitaria impactante, mantener una base de datos actualizada, adaptarse al presupuesto disponible de los clientes, brindar opciones de combinación de servicios, y aportar un toque de personalización en cada detalle. Los indicadores económicos y financieros confirman la viabilidad del proyecto.</p> <p>ABSTRACT "Once upon a time" is the dream of a woman from Santander, which is to offer thematic and personalized decorations packages for children's events. The company plans to start in Bucaramanga, where there is a big enough market willing to use its services. The purpose is to conquer the market with the added value provided by the integral organization and decoration of children events. The strengths against competitors lies in manufacturing particle wood themed figures, generating a powerful advertising image, maintaining an updated database, adapting to the available budget, providing various options combination of services, and providing a personal touch in every detail. The economic and financial indicators confirm the viability of the project.</p>
7	PALABRAS CLAVES	Eventos infantiles, decoración, servicio, personalización, estrategia.
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Servicios. Subsector: bricolaje.
9	TIPO DE ESTUDIO	Plan de negocios.
10	OBJETIVO GENERAL	Establecer la estrategia que lleve a "Érase una vez" a consolidarse como una empresa rentable, creciente, innovadora y líder en el mercado local para la organización integral y montaje de celebraciones infantiles.
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar un análisis del entorno a nivel social, político y económico, con el fin de determinar oportunidades y amenazas que afecten el desarrollo del negocio. 2. Realizar una investigación de mercados por medio de instrumentos de medición tales que permitan una caracterización precisa del mercado objetivo. 3. Establecer estrategias competitivas que permitan posicionar a la empresa en su mercado objetivo. 4. Realizar la planeación estratégica de cada uno de los procesos requeridos para que "Érase una vez" se consolide como una empresa generadora de valor. 5. Contar con un plan de negocios que permita dar a conocer la idea de negocio a posibles socios inversionistas.
12	RESUMEN GENERAL	<p>"Érase una vez" se trata de un sueño de una emprendedora santandereana, el cual, mediante este proyecto, adquiere los elementos teóricos, técnicos y analíticos requeridos para llevarse a cabo de manera planeada y sistemática. La idea consiste en ofrecer paquetes completos de decoración temática y personalizada, usada en la celebración de eventos infantiles. Actualmente existe un entorno a nivel macro caracterizado por el tránsito acelerado hacia las relaciones con mercados globales y las oportunidades económicas para un país emergente como Colombia, relativamente fortalecido en tiempos donde las crisis han golpeado a los más fuertes. La compañía planea iniciar sus operaciones en el Área Metropolitana de Bucaramanga, donde existe un mercado suficiente y en renovación permanente dispuesto a utilizar sus servicios. Mediante un estudio de campo, se evidenció que al no representar una necesidad básica, la oferta de los productos y servicios de "Érase una vez" debe enfocarse en familias de estratos 4, 5 y 6 a cargo de niños de hasta 10 años. Por medio del análisis de mercado, se detectaron siete competidores directos que, juntos, conquistan una porción aún muy pequeña del mercado, siendo los productos y servicios sustitutos, los que asumen un porcentaje mayor. Se pretende conquistar el mercado con el valor agregado que genera la organización integral de decoraciones para eventos infantiles, incluyendo tarjetas de invitación, check list de invitados, alquiler de figuras temáticas en madera del futuro de tamaño real, fabricación y montaje de decoraciones temáticas con globos, cajas de regalos o buzón para lluvia de sobres, manteles, topiarios, centros de mesa, guirnaldas, menajes temáticos importados, rifas y sorpresas personalizadas, torta y pasabocas. De esta manera se compete con los sustitutos, quienes ofrecen productos por separado. Las fortalezas frente a los competidores directos radican en disponer de una fábrica de figuras temáticas en MDF, con las ventajas que estas tienen frente a las figuras de icopor convencionales; generar una imagen publicitaria impactante y de fácil recordación, mantener una base de datos actualizada que permita identificar y tener en cuenta los gustos de los clientes, adaptarse al presupuesto máximo disponible de los mismos, brindar opciones diversas de combinación de productos y servicios, y aportar un toque de personalización en cada detalle del evento, teniendo en cuenta las preferencias del cliente. Los indicadores económicos y financieros confirman la viabilidad del proyecto, el cual será rentable a partir del tercer año, con una meta de 12 eventos mensuales al sexto año, y con una nómina de 5 personas, incluyendo los emprendedores.</p>
13	CONCLUSIONES.	<ul style="list-style-type: none"> • "Érase una vez" tendrá como razón de ser ofrecer asesoría, diseño, fabricación, transporte y montaje de decoraciones integrales para eventos infantiles, en un mercado amplio y dispuesto a usar sus servicios (en un 94%), conformado por 50.444 familias pertenecientes a estratos 4, 5 y 6; a cargo de niños de hasta 10 años, operando en un entorno donde las variables económicas, sociales y culturales facilitan la viabilidad del proyecto. • Se implementarán estrategias de penetración en el mercado mediante una imagen corporativa de fácil recordación, publicidad a través de redes sociales y una página web propia, y la promoción de su generación de valor; lo cual permitirá acaparar un mercado donde predominan productos sustitutos y algunos competidores con una porción menor el mismo. • La estrategias de generación de valor incluyen atención personalizada, con participación del cliente en el diseño del producto final, alianzas, adaptación al presupuesto disponible del cliente, venta de menajes temáticos importados, alquiler de figuras temáticas de tamaño real en madera del futuro (de apariencia y calidad superior que las ofrecidas por la competencia, en icopor), montaje integral de decoraciones con globos, cajas de regalos, manteles y demás, invitaciones, rifas y sorpresas temáticas y personalizadas, uso de formatos para facilidad de acceso y evaluación de los servicios, y suministro de tortas y pasabocas. • El equilibrio entre gastos y ventas evidencia utilidades representativas a partir del tercer año, con una nómina máxima de 5 personas incluyendo los emprendedores en cargos directivos, y con una meta al año seis de organizar un total de doce eventos mensuales. • Se espera al año 6 una utilidad neta de \$55.261.416, con ventas de \$242.424.014. • Se cuenta con la ventaja a nivel financiero de no requerir créditos para la operación del proyecto, al presentarse costos bajos de materia prima y al implementar una política de cartera de cobro anticipado, con un valor que radica en el enfoque de la compañía como un servicio y en la manufactura.

14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<ul style="list-style-type: none"> • ANDI (2012, Diciembre). Balance 2012 y perspectivas 2013. Informe. • Banco de la República, DANE (2012). Informe de coyuntura económica regional. Santander. ISSN 1794-3582. • BBVA Research (2013, Primer Trimestre). Situación Colombia. Recuperado el 21 de julio de 2013, de http://www.bbva.com/colombia/1302_SituacionColombia_1T13_tcm346-373665.pdf • Cámara de comercio de Bucaramanga (2013). Comportamiento económico en el 2012 de las 360 empresas más grandes de Santander. Informe. • Cepeda, L. (2010). ¿Por qué le va bien a la economía de Santander?. Banco de la República, CEER. • Cortés, A., Palacio, L. y Rueda R. (1999). Actividades religiosas en Bucaramanga: una aproximación desde la economía. Cuadernos de economía, Universidad Nacional de Colombia. • Chamorro, L. (2012, 2 de noviembre). Colombia retrocede en educación, según estudio del IMD 2012. El nuevo día. Recuperado el 2 de noviembre de 2013 de http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/especiales/educacion/150778-colombia-retrocede-en-educacion-segun-estudio-del-imd-2012 • Chase, R., Jacobs, F., Aquilano, N. (2005). Administración de la producción y operaciones para una ventaja competitiva (10ª edición). Editorial Mc Graw Hill. • DANE (2005). Censo Nacional. • David F. (1997). Conceptos de administración estratégica (quinta edición). Editorial Prentice Hall. • Entrepadres.com. (2010, Diciembre). Importancia de las fiestas de cumpleaños infantiles. Recuperado el 19 de enero de 2013, de http://www.entrepadres.com/2010-12-26/11112/importancia-de-las-fiestas-de-cumpleaños-infantiles • Evans S., Lindsay W. (2005). Administración y control de la calidad (sexta edición). Editorial Thomson. • Ganzar, M. (2000). El juego en la niñez. Buenos Aires: Aique. • Giacobazzo, P. (2008). Las normas ISO 14000. Argentina. Recuperado el día 5 de noviembre de 2013 de http://www.monografias.com/trabajos62/hormas-iso/hormas-iso.shtml • Gullitán, J., Paul, G., Madden, T. (2000). Gerencia de marketing (sexta edición). Editorial Mc Graw Hill. • Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2004). Metodología de la investigación (tercera edición). Editorial Mc Graw Hill. • Hill, Ch., Jones, G. (2006). Administración estratégica (sexta edición). Editorial Mc Graw Hill. • Ibi news. (2013, Julio). El FMI recorta su estimación de crecimiento económico mundial en 2013. Recuperado el 15 de julio de 2013, de http://ibinews.com/story/77936 • Instituto de la familia y el trabajo (1996). Los padres a examen. El Mundo, Magazine. • Koontz, H., Weirich H. (1998). Administración, una perspectiva global (11ª edición). Editorial Mc Graw Hill. • Malhotra, Naresh K. (2004). Investigación de mercados (cuarta edición). México, Editorial Pearson Educación. • Márquez, J. (2010). Innovación en modelos de negocio: la metodología de Osterwalder en la práctica. Artículo de la revista MBA EAFIT, 30. • Ministerio de Hacienda y Crédito Público, Departamento Nacional de Planeación. Presupuesto General de la Nación 2013: Hacia un desempeño eficaz del Estado. Comunicado de Prensa 28. • Organización Internacional del Trabajo (2005). Guía II Estrategia. Un enfoque estratégico para la administración de las organizaciones de empleadores. Ginebra: OIT. • Orjuela S., Sandoval P., Sapag N. (2002). Guía del estudio de mercados para la evaluación de proyectos. Universidad de Chile. • Panglón, R. (2013). Previsiones de la economía mundial en 2013. Revista Ideas eI, No. 120. • PNUD (2012). Estado de avance de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Bucaramanga. • Portafolio (2014, mayo). Dólar, en su precio más bajo en 6 meses. Recuperado el 17 de mayo de 2014 de http://www.portafolio.co/economia/precio-del-dolar-2014-6 • Santa María M., Prada C., Mujica A. (2009). Oportunidades, desafíos y barreras de la movilidad laboral en Colombia: Reflexiones para la población en pobreza extrema y moderada. Working Paper No. 42 de 2009-08, FEDESARROLLO. • Sistema integrado de transporte masivo para el área metropolitana de Bucaramanga (2009). Construcción del espacio urbano de Piedecuesta y construcción del tramo pretronal carrera 26 del municipio de Girón para el sistema integrado de transporte masivo para el área metropolitana de Bucaramanga. Plan de reasentamiento. Anexo 5. • Vanguardia Liberal (2009, 30 de agosto). Los barrios de Floridablanca con más número de habitantes. Recuperado el 27 de enero de 2014 de http://www.vanguardia.com/historico/38078-los-barrios-de-floridablanca-con-mas-numero-de-habitantes • Vanguardia Liberal (2011, 17 de diciembre). 8,5 millones de colombianos tendrán educación gratuita el próximo 2012. Recuperado el 2 de noviembre de 2013 de http://www.vanguardia.com/actualidad/colombia/135844-85-millones-de-colombianos-tendran-educacion-gratuita-el-proximo-2012 • Vargas, A. (2012, 29 de diciembre). Un balance político del año 2012. El Colombiano. Recuperado el 30 de septiembre de 2013 de http://m.elcolombiano.com/articulo/108030 • Wikipedia. (2012, Diciembre). Cumpleaños. Recuperado el 20 de enero de 2013, de http://es.wikipedia.org/wiki/Cumpleaños • Wikipedia. (2013, Octubre). Colombia. Recuperado el 24 de octubre de 2013, de http://es.wikipedia.org/wiki/Colombia#Demograf.C3.ADa
----	------------------------	--