

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	ESPECIALIZACION EN GERENCIA ESTRATEGICA
2	TÍTULO DEL PROYECTO	DISEÑO DE UN MODELO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA ASF INGENIERÍA & SUMINISTROS
3	AUTOR(es)	JEAN FERNANDO DAZA APONTE, ANDRÉS JULIÁN BARBOSA, JENNY ALEXANDRA SÁNCHEZ FIERRO LIBARDO TÉLLEZ APONTE.
4	AÑO Y MES	AGOSTO 5 DEL 2014.
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	DR. EDGAR IBARRA AYERBE, Profesor instituto de postgrados – Fórum, Universidad de la Sabana.
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	Es una o varias ideas generales que sintetizan el proyecto. Su redacción no debe exceder de 120 palabras. Seguidamente las 120 palabras se traduce al inglés.
7	PALABRAS CLAVES	ESTRATEGIA, AMENAZAS, CAPACIDAD COMPETITIVA, CLIMA ORGANIZACIONAL, IMAGEN CORPORATIVA, M. E.F.E.
8	SECTOR ECONOMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Sector Comercial
9	TIPO DE ESTUDIO	Proyecto especial.
10	OBJETIVO GENERAL	Diseñar un modelo de direccionamiento estratégico para la empresa ASF Ingeniería & Suministros.
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis del macro entorno, mediante el marco Pester. • Analizar el nivel de interactividad de la industria a través del mismo entorno, bajo los lineamientos de las cinco fuerzas de Michael Porter. • Elaborar la cadena de valor por la empresa ASF Ingeniería y Suministros. • Formular la estrategia empresarial que permita a la empresa adoptar un sistema de gestión eficaz y eficiente para la toma de decisiones.

12	RESUMEN GENERAL	<p>Abordar la temática que enmarca el diseño de un modelo de direccionamiento estratégico de ASF Ingeniería & Suministros; pretende establecer que un mundo tan dinámico y competitivo, la empresa escogida no puede prescindir de temas que relacionan: la gerencia financiera, de mercadeo, de talento humano, gerencia integral de la calidad y productividad, y por ende investigación científica que permitan las mejores prácticas para garantizar el éxito futuro de la organización. El proceso investigativo busca precisamente contribuir a estos enfoques sistemáticos y necesarios que deben asumir la empresa, independientemente de su tamaño o actividad económica. Es una forma de pensar que buscar la planeación, gestión y gerencia estratégicamente, para obtener un desempeño sostenible y de altas características modernas, cimentado en el pensamiento estratégico de manera más racional y no dejarla librada al azar, la intuición o empirismo relativo, como viene operando. Por consiguiente, mostrar cómo adoptar una perspectiva estratégica a partir del direccionamiento estratégico, que conlleve a crecer, generara utilidades y permanecer en el contexto cada vez más intenso y agresivo, donde la sobrevivencia de la organización ineficiente e ineficaz o sea no productiva y competitiva, se verá cada vez más amenazada.</p> <p>Los objetivos del trabajo conllevaron a revisar todas temáticas vistas durante la Especialización en Gerencia Estratégica, destacar su importancia, describir sus bases teóricas fundamentales; con el propósito de una mayor y mejor supervivencia, rentabilidad y crecimiento empresarial. De ahí la relevancia de establecer que hoy en día los cambios son los elementos más importantes de una buena gestión empresarial. Para seguir siendo competitiva en el mercado y donde todo el talento humano que la integra adopte una actitud positiva frente a los cambios.</p> <p>La metodología aplicada, por las características de la temática de estudio, se enmarca dentro del tipo de investigación descriptivo – propositivo.</p>
----	------------------------	--

13	CONCLUSIONES.	<p>Retomando la conceptualización de Michael Porter, quien define el valor como la suma de los beneficios que el cliente recibe menos (-) los costos percibidos por él, al adquirir y usar el producto. La cadena de valor, es esencial para el análisis de la actividad empresarial permitiéndole la identificación de fuentes de ventaja competitiva en su actividad generadora de valor, logrando desarrollar, e integrar las actividades de cadena de valor empresarial de forma menos costosa y mejor diferenciada de su competencia.</p> <p>Se desea indicar que la cadena de valor conlleva a disgregar, actividades importantes de la empresa, de igual forma comprende desde el proveedor hasta el comprador. Así mismo, obtiene y mantiene ventajas competitivas dependiendo de su comprensión y manejo de la cadena de valor. La cadena de valor consiste en el conjunto de actividades que lleva al mercado, entregar y apoyar sus productos. Donde cada actividad de valor emplea materia prima, talento humano y tecnología para desempeñar su función.</p> <p>El proceso de planeación estratégica es dinámico por naturaleza, por ello las acciones estratégicas efectivas son un requisito indispensable para lograr los resultados deseados de competitividad estratégica; de allí la elaboración de toda una infraestructura de planeación estratégica que le permitirá a la empresa un mejor posicionamiento en el mercado y la adopción de una serie de elementos que contribuirán con su desarrollo a nivel institucional.</p> <p>Es necesario adoptar procesos y procedimientos de cada actividad que interviene en el modelo de cadena de valor para reducir tiempo, costos y de esta forma contribuir al control de la sabia utilización de los recursos en general.</p> <p>La empresa no cuenta con un alto nivel de tecnología y esto no le permite llegar a competir con otras organizaciones del mismo sector que cuentan con un nivel reconocido de marca.</p> <p>La organización debe preocuparse por tener un modelo de contratación que le permite a la gerencia conocer a cabalidad las características del empleado, para con ello asignar funciones en las que el perfil de los empleados sea el óptimo</p> <p>Resulta de vital importancia para la empresa, conocer el sistema de valor en el cual se encuentra para que basada en esto, fortalezca ese sistema y se pueda combatir de una forma más exitosa las debilidades que se presentan y afiance cada vez más todas las fortalezas y virtudes que se posean en dicho sistema. La empresa no toma como herramienta de tipo gerencial el análisis de punto de equilibrio. El margen de contribución es aceptable para el proceso productivo de la empresa, esto se debe a que la organización cuenta con materia prima de alta calidad a bajos precios de adquisición con garantías de por medio.</p> <p>Del mismo modo, la mano de obra con la que cuenta la empresa no genera altos costos de carga prestaciones, y a su vez ofrece servicios de garantías de a la gerencia en el proceso de la posventa del producto incluido en el valor inicial pagado por concepto de mano de obra.</p> <p>Una buena toma de decisiones nos garantiza una mejor vida. Nos da la posibilidad de tener bajo control nuestra existencia. De hecho, nosotros podemos evitar tantos impases en la vida haciendo un análisis previo de las situaciones y tener la capacidad analítica para resolver los conflictos y actuar en consecuencia. Una mala decisión nos lleva a tomar otra mala decisión.</p> <p>Es el proceso durante el cual la persona debe escoger entre dos o más alternativas, todos a diario tomamos decisiones relevantes o no. Ser capaz de tomar buenas decisiones es una cualidad valiosa para la carrera y el desempeño en el trabajo.</p> <p>La respuesta estándar a un problema fácil se llama decisiones programadas (estándares). La peculiaridad de la respuesta de un problema complejo hace que se llame decisiones no programadas (o no rutinarias).</p> <p>Se copian exactamente como aparecen en el documento general.</p>
----	----------------------	---

14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>ALBRECHT, Karl y ZEMKE, Rofi. Gerencia del servicio. Legis. Fondo editorial. 2004. 145 P.</p> <p>CASTAÑO, Oscar. El Meta tierra prometida. Revista dinero. 2010.</p> <p>CHIAVENATO, Idalberto. Gestión del talento humano. Editorial norma. 2004. 341 P.</p> <p>Diccionario enciclopédico Legis 22. Tomo 19. Círculo de lectores S.A., Barcelona. 1982.</p> <p>GOBERNACIÓN DEL META. Secretaria de Planeación y Desarrollo Territorial. 2010.</p> <p>GÓMEZ SERNA, Humberto. Gerencia estratégica. 6ª edición. Editorial 3R Editores. 2003. 341 P.</p> <p>GUILTINAN, Josehp P. Gerencia de Marketing. Sexta edición. Editorial Mc Graw Hill. 2001. 214 P.</p> <p>KOTLER Philip. Dirección de mercadotecnia. Octava edición. Editorial Pearson educación. 2001. 210 P.</p> <p>MEJÍA GARCÍA, Braulio. Gerencia de procesos para organización y el control interno de empresas de salud. Ecoe ediciones. Quinta edición. Bogotá D.C., 2007. 132 P.</p> <p>MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología. Editorial McGraw Hili. 2003. Bogotá Colombia, p. 122-125.</p> <p>NAISBITT, John. Megatendencias año 2000. Editorial Norma. p. 18.</p> <p>PUNTES, Aldemar. Incertidumbre de gestión. Escuela superior de administración pública. ESAP. 2005. p. 14.</p> <p>RUÍZ Herminso - El Espectador. Villavicencio, una ciudad con futuro.</p> <p>SERNA GÓMEZ, Humberto. Cómo medir el valor del cliente. 3R Editores. 2011. 142 P.</p> <p>WELLINGTON, Patricia. Como brindar un servicio integral al cliente. Editorial Mac Graw Hill. Enero 1998. 481 P.</p>
----	------------------------	--