

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 a 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	GERENCIA COMERCIAL
2	TÍTULO DEL PROYECTO	PROYECTO VITAL
3	AUTOR(es)	JULIANA VASQUEZ, ANDRES DANGOND, GINA ROPERO
4	AÑO Y MES	ago-14
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	Proyecto vital es un proyecto en el cual desarrollamos unas prendas exteriores ( chaleco) de seguridad contra armas blancas y armas de impacto. Este proyecto está enfocado en un principio para el gremio de los taxistas en la ciudad de Bogotá donde vimos la oportunidad y la necesidad del desarrollo de un proyecto que permita salvaguardar la vida de los taxistas quienes son luna de las personas con mayor exposición a los atracos con armas blancas en el país.
7	PALABRAS CLAVES	INSEGURIDAD - PROTECCION - ATRACOS - TAXISTAS - ARMAS BLANCAS
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	MANUFACTURA
9	TIPO DE ESTUDIO	PLAN DE NEGOCIOS
10	OBJETIVO GENERAL	Introducir en el mercado de los taxistas en la ciudad de Bogotá los chalecos de seguridad para alcanzar una penetración del 0.5% del total de taxistas registrados que son aproximadamente 51.000 en 6 meses.
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar el mercado de los taxistas en el campo de la seguridad.</li> <li>• Evaluar la aceptación del diseño de la prenda.</li> <li>• Identificar en el grupo objetivo percepción sobre precios y la forma de pago.</li> <li>• Investigar las razones por las cuales comprarían el producto.</li> <li>• Identificar el canal de distribución adecuado.</li> <li>• Indagar la aceptación del producto en las cooperativas y /o asociaciones.</li> </ul>
12	RESUMEN GENERAL	<p>Nuestro planteamiento surge de las situaciones de violencia a las cuales nos vemos enfrentados los colombianos en nuestro día a día y que desafortunadamente han ido en aumento, esto exponiendo una problemática sobre la pérdida del valor de la vida y como los asaltos suelen terminar en ataques directos a todos los miembros de la comunidad, esto terminando desafortunadamente en pérdida de vidas.</p> <p>Basados en este tema que nos afecta, y con la expectativa de generar soluciones que afecten positivamente a nuestra sociedad, desarrollamos el proyecto VITAL. Una solución que enfrenta las situaciones de violencia desde la perspectiva de la protección personal por medio de prendas exteriores de seguridad contra armas blancas y algunas armas de impacto.</p> <p>De esta manera hemos buscado profundizar en el desarrollo de las mejores estrategias y opciones para la comercialización y el desarrollo del producto a través de un plan de negocios estructurado, que finalmente nos permitió de una investigación desarrollada para el proyecto vital, logramos determinar y definir nuestro punto de partida para la ejecución de un plan comercial, llegando a definir unos objetivos claros y estructurados, con base en la información adquirida en los diferentes trabajos de campo e información levantada para este proyecto.</p> <p>Así mismo se logro determinar la pertinencia del proyecto en el mercado y su impacto para el cliente y el contexto, definiendo el proyecto como necesario, y abriendo una oportunidad de negocio responsable en la sociedad.</p>
13	CONCLUSIONES.	
14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anzola S (1998) De la idea a tu empresa una Guía para emprendedores. 2ed México, Limusa Noriega Editores.</li> <li>• (Barley y Kunda, 1992). Design and devotion: surges of rational and normative ideologies of control in managerial discourse tomado de <a href="http://www.getcited.org/pub/103343870">http://www.getcited.org/pub/103343870</a> el 15 de Diciembre del 2012.</li> <li>• Bancoldex, página <a href="http://www.bancoldex.com/documentos/2180_Guia_SAS-web.pdf">http://www.bancoldex.com/documentos/2180_Guia_SAS-web.pdf</a></li> <li>• Calderón, G. (2006) La gestión humana y sus aportes a las organizaciones colombianas. Cuadernos de Administración, 19(31), 9 – 55.</li> <li>• Calderón, G., Naranjo, J. y Álvarez, C. (2007). La gestión humana en Colombia: características y tendencias de la práctica y de la investigación. Estudios Gerenciales, 23(103), 39-64.</li> <li>• Chiavenato, I. (2004). Comportamiento Organizacional. México: Thomson.</li> <li>• Cámara de Comercio de Bogotá, página <a href="http://camara.ccb.org.co/documentos/6848_guia28sas.pdf">http://camara.ccb.org.co/documentos/6848_guia28sas.pdf</a></li> <li>• Fritz Steele (1975), Consulting for Organization Change. Copyright, tomado de la pagina <a href="http://books.google.com.co/books?id=SR0HF_ArQVoC&amp;printsec=frontcover&amp;hl=es&amp;source=gbs_ge_summary_r&amp;cad=#v=onepage&amp;q&amp;f=false">http://books.google.com.co/books?id=SR0HF_ArQVoC&amp;printsec=frontcover&amp;hl=es&amp;source=gbs_ge_summary_r&amp;cad=#v=onepage&amp;q&amp;f=false</a> el 15 de Diciembre del 2012.</li> <li>• ILLANES, J.L. (1994), «El mercado: Ética y eficiencia», en D. MELÉ (coord.), Ética, mercado y negocios, Pamplona, EUNSA.</li> <li>• JENSEN, M.C, MECKLING, W.H. (1992), «Specific and General Knowledge and Organization Structure», en L. WERIN y H. WIJKANDER (ed.) Contract Economics, Londres: Backwell. Peter Block (1993), El servicio como estilo del Management. Ediciones Granica.</li> <li>• León XIII, 1891: Enciclica "Rerum novarum" (ver, p.e., en El mensaje social de la Iglesia, 3ª ed., Palabra, Madrid, 1991).</li> <li>• PORTAFOLIO, <a href="http://www.portafolio.co/economia/inflacion-del-2012-colombia">http://www.portafolio.co/economia/inflacion-del-2012-colombia</a></li> <li>• Robert Metzger (1983), Consulting to Management, Editorial Prentice Hall, Paginas 386</li> <li>• SENA, Estudio de caracterización Consultoría 2006)</li> <li>• Superintendencia de Sociedades, pagina <a href="http://www.supersociedades.gov.co/web/documentos/qu%C3%ADa%20pr%C3%A1ctica%20CARTILLA%20S%2">http://www.supersociedades.gov.co/web/documentos/qu%C3%ADa%20pr%C3%A1ctica%20CARTILLA%20S%2</a></li> </ul>