

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 con Enfoque en Ventas
2	TÍTULO DEL PROYECTO	Diseño de un plan estratégico para la empresa Piel + Vida S.T.O.R.E de Bucaramanga, período 2014 - 2016
3	AUTORES	Pimentel Izaquita Claudia Lizeth, Pico Rodríguez Cristian, Medina Romero Angela María
4	AÑO Y MES	2014 - Septiembre
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	Ramírez Restrepo Alvaro
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	El plan estratégico desarrollado a Piel + Vida S.T.O.R.E., se realizó para saber en dónde está actualmente la empresa y hacia dónde dirigirá sus objetivos y proyectará sus respectivas estrategias y planes de acción; además para identificar oportunidades y descubrir las ventajas competitivas que conlleven a mejorar su posición en el mercado. La presente investigación conlleva a la elaboración de un plan estratégico para Piel + Vida S.T.O.R.E., teniendo como resultado, una organización que genere valor, aumente la rentabilidad y sea competitiva; que cuente con colaboradores comprometidos, motores de gestión, integrados en una cultura de pensamiento estratégico, con claridad de su misión, visión y objetivos; y preparados para enfrentar el cambio y anticipar las estrategias. The strategic developed to Skin and Life S.T.O.R.E., is performed to know where the company is today and to where their goals and respective strategies and action plans will lead. Also is needed to identify opportunities and discover the competitive advantages that are required to improve its market position. This research leads to the development of a strategic plan for Skin and Life S.T.O.R.E., resulting in an organization that generates value, increase the profitability and be competitive, that has committed staff, engine management, integrated in a strategic thought culture, with clarity of the company mission, vision and goals and prepared to deal the change and anticipate the strategies
7	PALABRAS CLAVES	Estrategia, Matriz DOFA, Cadena de Valor, Plan Estratégico, Investigación
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Sector Salud, Belleza y Estética
9	TIPO DE ESTUDIO	Trabajo Aplicado
10	OBJETIVO GENERAL	Diseñar el plan estratégico de la empresa Piel + Vida S.T.O.R.E. ubicada en la ciudad de Bucaramanga, para el período 2014- 2016
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar los clientes actuales y potenciales de Piel + Vida S.T.O.R.E. - Definir la misión de la empresa para el período 2014 – 2016. - Realizar un análisis y diagnóstico de la situación externa e interna en la actualidad, que permita conocer el entorno y las condiciones en las cuales opera la organización. - Formular una propuesta orientada a establecer los objetivos, la estrategia y el programa de acción para Piel + Vida S.T.O.R.E.

12	RESUMEN GENERAL	<p>El tipo de investigación que se empleó fue la descriptiva a través de diferentes técnicas de levantamiento de información y herramientas de análisis, para así cubrir todos los requerimientos necesarios en el estudio.</p> <p>Durante el desarrollo del trabajo fueron analizadas y reformuladas la misión y visión de la empresa, de igual forma el objetivo general de la empresa fue dividido en varios objetivos estratégicos.</p> <p>Se realizó un análisis de los antecedentes y situación actual de la empresa con el fin de tener una visión de la empresa en relación a planeación estratégica y cómo está estructurada en la actualidad.</p> <p>Se realizó un análisis a partir del origen de la empresa, su misión, visión y objetivos. Con base a ellos se fijan las estrategias necesarias para lograrlos. Cada estrategia encaminada hacia la consecución de cada uno de los objetivos y lineamientos de la empresa.</p> <p>Se identificó el tipo de ventaja competitiva a utilizar para la empresa, con el fin de evaluar la aplicabilidad, teniendo en cuenta la situación competitiva, las relaciones de las fuerzas existentes y las posiciones ocupadas por los competidores.</p> <p>Para realizar la evaluación se utilizaron herramientas como el árbol de competencias y a través de la aplicación de éste el análisis del Pasado, Presente y Futuro de la empresa. Adicional a esto se aplicó la matriz de Factores Internos MEFI con el fin de determinar la posición de la empresa en su composición interna.</p> <p>Con el fin de realizar un análisis integral, se aplicó el análisis de las cinco fuerzas de Porter.</p> <p>En la etapa del análisis del entorno se estudió la empresa con auditorías internas y externas, y se obtuvo una serie de oportunidades y amenazas, fortalezas y debilidades que sirvieron para la construcción de la matriz de evaluación de los factores externos (EFE) y la matriz de evaluación de los factores internos (EFI).</p> <p>Se empleó la matriz FODA para la formulación de estrategias y las matrices MCPE y MEOPE.</p> <p>Una vez seleccionadas las estrategias se procedió a formular los planes de acción necesarios para alcanzar los objetivos estratégicos planteados.</p> <p>Se formuló el plan operativo, para que la empresa pueda lograr un competitivo posicionamiento estratégico a través de un conjunto de programas y proyectos agrupados en pilares estratégicos que pretenden facilitar el entendimiento y ejecución del plan estratégico. Reformulación de valores y principios organizacionales, reformulación del organigrama de la empresa, desarrollo y comunicación de estrategias funcionales que permitirán hacer realidad las acciones de mejora y/o correctivas para alcanzar los objetivos organizacionales propuestos. Formulación de estrategias de productividad y de calidad en el servicio. Formulación de estrategias de recursos humanos orientadas a mejorar las condiciones laborales y por ende lograr una mayor productividad y competitividad de la empresa. Formulación de la cadena de valor y diagrama de procesos. Diseño de planes y programas de acción a través de los cuales la empresa con la finalidad de optimizar el desempeño de la Organización a través de la implementación de sistemas dinámicos que se adapten fácilmente a la actual estructura.</p>
13	CONCLUSIONES	<p>De acuerdo al estudio realizado en la etapa de diagnóstico, se detalla información general de la Empresa, los recursos con que cuenta, los servicios que presta y otros datos importantes, se puede observar y analizar que esta Organización carece de un direccionamiento estratégico ya que de acuerdo a la encuesta realizada a los clientes internos se verifica que la empresa no ha implementado cambios significativos en lo referente a su gestión administrativa y no cuenta con un Organigrama funcional definido que distinga niveles jerárquicos por departamentos acorde al desarrollo de las actividades y sobre todo que se ajuste a las necesidades actuales de la Compañía.</p> <p>La Empresa Piel + Vida S.T.O.R.E. mantiene una dirección administrativa débil, pues actualmente no se cuenta con un documento en donde se especifique o defina en forma clara las funciones, tareas, y procesos que el personal debe ejecutar para su trabajo. Lo cual impide sentar un precedente de responsabilidad y seguridad en cada actividad que se realiza.</p> <p>Teniendo en cuenta el diagnóstico, se realizó la propuesta de Planificación Estratégica para esta Empresa; en el que se establece la asignación de funciones lo que permitirá generar orden y control en los procesos llevados a cabo por la Organización.</p> <p>Además, se pudo establecer que la Planificación Estratégica es una poderosa herramienta de apoyo que requiere la aplicación de un proceso que mantiene unido al equipo directivo para traducir la misión, visión y estrategias en resultados tangibles, reduce los problemas detectados, fomenta la participación y el compromiso a todos los niveles de la Organización, exigiendo un esfuerzo conjunto para hacer realidad el futuro que se desea.</p> <p>Con base en la observación in situ realizada y la aplicación de herramientas de evaluación, se aprecia que el clima Organizacional que se mantiene es relativamente bueno, ya que se desarrolla en un ambiente de compañerismo y respeto. Se debe reconocer y valorar a los empleados con los que cuenta esta Compañía porque es gente con aspiraciones, que trabajan ofreciendo su mejor esfuerzo y permiten crear un ambiente laboral saludable. En cuanto a la satisfacción laboral se ha detectado que el personal solicita una reestructuración estratégica que permita dividir equitativamente sus funciones, que implique además capacitación permanente para actualizar sus conocimientos, de igual manera manifiestan que el reconocimiento de incentivos es necesario para motivar su desempeño y refleje que la empresa es recíproca por el esfuerzo al trabajo cumplido satisfactoriamente. Pues la Empresa no ofrece programas de capacitación y actualización de conocimientos, por lo cual la presente investigación propone la capacitación periódica al personal.</p>

14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>DAVID Fred R. Conceptos de administración estratégica. Pearson Educación, 2003 - 336 p.</p> <p>GONZALEZ, Pedro. Planificación estratégica para la mediana empresa. Editorial Nuevo Amanecer. 2008.</p> <p>HAX Arnoldo C., MAJLUF Nicolas S. Gestión de empresa con una visión estratégica. Ediciones Dolmen, 1996 151 pages</p> <p>KOONTZ Harold, Weihrich Heinz. Administración. Una Perspectiva Global. McGraw-Hill Education, Nov 1, 2006 – p. 47.</p> <p>KOONTZ, Harold y WEIHRICH, Heinz. Administración: Una perspectiva global. Mc Graw Hill. México D.F. 1994</p> <p>KOTLER, Philip y BLOOM, Paul. Mercadeo de servicios profesionales. Ed. Legis. Santafé de Bogotá. 1998.</p> <p>MAURER Robert. El Camino del kaizen. Ediciones B, 2006 - 192 pages</p> <p>MINTZBERG Henry, BRIAN Quinn James, VOYER John. El proceso estratégico: conceptos, contextos y casos. Pearson Educación, 1997 - 641 p.</p> <p>MINTZBERG Henry, QUINN Brian James, VOYER John. El proceso estratégico: conceptos, contextos y casos. Pearson Educación, 1997 - 641 pages</p> <p>MINTZBERG Henry, QUINN James Brian, VOYER John. El proceso estratégico: conceptos, contextos y casos. Pearson Educación, 1997 – p. 64.</p> <p>MORRISEY George L. Planeación a largo plazo: Creando su propia estratégica [sic]. Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996 - p.79.</p> <p>MORRISEY. G. L. Administración por objetivos y resultados. Fondo educativo interamericano. 1996., p. 78</p> <p>O'Regan y Ghobadian. Formal Strategig planning. Organizational Culture, Business-to-Business Emerald Group Publishing, Aug 18, 2010. p. 153</p> <p>PORTER Michael E. Ser competitivo. Deusto, 2009., p. 76</p>
----	---------------------------	--