

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

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	GERENCIA ESTRATÉGICA
2	TÍTULO DEL PROYECTO	DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA EL COLEGIO ASPAEN GIMNASIO LOS ALCÁZARES
3	AUTOR(es)	José Antonio Pinzón Trujillo. Ricardo Rojas Valencia. Edgar Augusto Porras Henao
4	AÑO Y MES	2014, agosto
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	IBARRA AYERBE EDGAR
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	<p>El colegio ASPAEN Gimnasio Los Alcázares, ubicado en Sabaneta (Antioquia) no cuenta con un direccionamiento estratégico explícito. A través de herramientas de prospectiva, formulación estratégica, implementación y evaluación se busca fortalecer su posicionamiento en la ciudad de Medellín. El análisis de prospectiva permitió identificar las variables críticas de éxito, los principales actores que influyen el logro de los objetivos, así como aquellos actores que ofrecen mayor resistencia, las estrategias más valoradas por los actores y finalmente obtener un escenario tendencial partiendo de hipótesis. En el proceso de formulación fueron analizados los factores externos y externos, el perfil competitivo, se efectuó el análisis de las 5 fuerzas de Porter. En la etapa de ajuste se efectuó el análisis FODA y de la posición estratégica y evaluación de la acción, obteniendo como resultado que las estrategias se ubican dentro de un cuadrante de las denominadas intensivas. La etapa de condujo a que la estrategia corresponde a Penetración de Mercado.</p> <p>The school ASPAEN Gimnasio Los Alcázares located in Sabaneta (Antioquia) does not have an explicit strategic direction (addressing). Through foresight tools, strategy formulation, implementation and evaluation, the idea is to strengthen its position in the city of Medellin. The prospective analysis identified the critical variables for success, the main actors that influence the achievement of the objectives as well as those actors that offer greater resistance, strategies valued by actors and finally obtain a trend scenario based on hypothesis. In the formulation process extreme and external factors were analyzed, the competitive profile, and the analysis of Porter's 5 Forces was also made. In the step of adjusting the FODA analysis was made and strategic position and action evaluation, resulting in strategies that are located within a quadrant of intensive called was also made. Stage decision led to the strategy corresponds to Market Penetration.</p>
7	PALABRAS CLAVES	Producto: Educación. Perfil de estrategias intensiva. Estrategia: penetración de mercado. Posicionamiento de marca.
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Educación
9	TIPO DE ESTUDIO	Trabajo integrado
10	OBJETIVO GENERAL	Formular el direccionamiento estratégico para el colegio ASPAEN Gimnasio Los Alcázares, aplicando herramientas de prospectiva, de aportación de información, ajuste, decisión y revisión, con el fin de mejorar el posicionamiento del colegio en la ciudad de Medellín
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<p>Revisar las principales variables de la organización internas y externas, aplicando MICMAC, MACTOR, SMIC, para poder definir cuál es el escenario más adecuado para la organización.</p> <p>Formular la estrategia más adecuada para el colegio ASPAEN Gimnasio Los Alcázares a través de las matrices MEFE, MEFI, MPC, 5 fuerzas de Porter, cadena de valor, FODA, PEEA, MPEC, para tomar la decisión sobre la estrategia que permita mejorar el posicionamiento del colegio en la ciudad de Medellín.</p> <p>Establecer los lineamientos para la ejecución y seguimiento de la estrategia, mediante la utilización del mapa de objetivos estratégico y mapa de indicadores del cuadro de mando integral, para que en su momento se pueda tener la seguridad sobre si se alcanzan los resultados esperados para la el colegio ASPAEN Gimnasio Los Alcázares.</p>

12	RESUMEN GENERAL	<p>El trabajo responde a la pregunta: ¿Cómo fortalecer el posicionamiento del colegio ASPAEN Gimnasio Los Alcázares, ubicado en la ciudad de Sabaneta, departamento de Antioquia? El marco teórico para su desarrollo consiste en un análisis efectuado por expertos, con base en herramientas de prospectiva, formulación estratégica, implementación y evaluación estratégica.</p> <p>En la etapa de análisis prospectivo se obtuvieron 7 variables críticas y se identificaron y relacionaron entre sí los principales actores y éstos con los objetivos. Aplicadas las herramientas de prospectiva MICMAC, MACTOR y SMIC finalmente se identificaron los actores más influyentes, los que más resistencia presentan, las estrategias más valoradas y el escenario tendencial.</p> <p>En el proceso de formulación se definieron las etapas de aportación de información, ajuste y decisión. Fueron definidos y analizados los factores externos e internos, el perfil competitivo del colegio a través de las herramientas MEFE, MEFI, MPC. También aplicó el ejercicio de las 5 fuerzas de Porter y de cadena de valor, entre los cuales se cruzó información que permitió validar los distintos aspectos resultantes de dichas matrices y proponer una cadena coherente con las necesidades del negocio.</p> <p>En la etapa de ajuste se aplicó el ejercicio de FODA, que tuvo como resultado las estrategias con más repetición, mismas que se validaron a través del ejercicio de PEEA. En la etapa de decisión se ejecutó la herramienta MPEC, con el fin de elegir la estrategia más adecuada de entre las 3 resultantes de MPEC, concluyendo que al colegio Aspaen Gimnasio los Alcázares le corresponde la estrategia de Penetración del Mercado.</p> <p>Posteriormente se planteó un mapa estratégico y de indicadores acordes con la estrategia resultante.</p>
13	CONCLUSIONES.	<p>La educación en la ciudad de Medellín, en el segmento analizado, presenta alta competencia y puede decirse que está en un escenario de océano rojo.</p> <p>La estrategia de penetración de mercado resultante del ejercicio está en la vía de enfrentar la competencia en este escenario, buscando el posicionamiento y reconocimiento del colegio ASPAEN Gimnasio Los Alcázares en la ciudad de Medellín.</p> <p>El hecho de que la brecha entre los competidores sea tan pequeña, facilita que cualquier movimiento de la competencia pueda llevar a que se dificulte el posicionamiento buscado. Por lo tanto, en la medida que la estrategia se aplique con mayor prontitud, podrá ubicarse el colegio ASPAEN Gimnasio Los Alcázares en una mejor posición en el segmento en el cual se desenvuelve y lograr la preferencia de su público objetivo.</p> <p>Si bien los objetivos estratégicos planteados son relevantes, cabe destacar la importancia del objetivo estratégico "Posicionar la marca a través del desarrollo de un plan de mercadeo para lograr alto impacto en el cliente objetivo", que se encuentra en la perspectiva de clientes y mercado, en la medida que cualquier otro desarrollo interno o externo que se ejecute y que no se muestre a través de la estrategia de posicionamiento de marca, resultaría infructuoso.</p> <p>Varios de los objetivos estratégicos corresponden a aspectos de desarrollo interno, los cuales requieren de intervención de corto plazo y de un esfuerzo económico, administrativo y académico considerable. Esto debe ser analizado y ponderado por el colegio ASPAEN Gimnasio Los Alcázares, en la medida que quiera llegar al objetivo propuesto.</p>
14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>Alcázares, G. L. (30 de 7 de 2014). Corpade. CORPADE los Alcázares. Obtenido de http://www.alcazares.edu.co/corpade-9</p> <p>Chang King, W., & Mauborgne, R. (2005). La estrategia del océano azul. Bogotá: Norma.</p> <p>David, F. R. (2003). Conceptos de Administración Estratégica. México: Pearson Educación.</p> <p>Godet, M. (2007). Prospectiva Estratégica: problemas y métodos. San Sebastián: PROSPEKTIKER.</p> <p>Godet, M., & Durence, P. (2011). La prospectiva estratégica para las empresas y los territorios. DUNOD Unesco.</p> <p>Ibarra, M. I. (2012). Definición de un modelo de planeación estratégica para las fuerzas militares colombianas. Bogotá.</p> <p>Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2005). Exploring Corporate Strategy, Text and Cases. Edinburgh: Prentice Hall.</p> <p>Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2007). ALIGNMENT. Barcelona: Harvard Business Scholl Press.</p> <p>Llinás R, R. (2002). El cerebro y el mito del Yo. Bogotá: Norma.</p> <p>webmaster@alcazares.edu.co. (30 de Julio de 2014). www.alcazares.edu.co. Obtenido de http://www.alcazares.edu.co/</p>