

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM
RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATEGICA
2	TÍTULO DEL PROYECTO	PLAN PROSPECTIVO ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA LADRILLERA CASABLANCA S.A. PARA EL AÑO 2020
3	AUTOR(es)	JUAN CARLOS SÁNCHEZ CASTAÑEDA, ERIKA GUZMÁN ARANZALEZ e ISABEL BAUTISTA
4	AÑO Y MES	2014 - 11
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	JADER ALEXIS CASTAÑO RICO
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	<p>La prospectiva brinda herramientas metodológicas para que una empresa pueda analizar su sistema estructuralmente y poder construir e influir sobre su futuro. Con la realización del presente proyecto de grado de la Especialización de Gerencia Estratégica se ha desarrollado un plan prospectivo para la empresa Ladrillera Casablanca S.A., aplicando las herramientas desarrolladas con los diferentes docentes de la Universidad de la Sabana. En cada capítulo del proyecto de grado presentado, se analizan las diferentes variables del entorno en el cual se desenvuelve la empresa, para identificar y definir los posibles escenarios y estrategias de diferenciación y posicionamiento de marca. Finalmente, se formulan las estrategias que se sugiere a la empresa que debe utilizar para lograr la sostenibilidad y competitividad deseada.</p> <p>prospective provides methodological tools for a company to scan your system structurally and to build and influence its future. With the completion of this project the degree of specialization of Strategic Management has developed a prospective plan for the company Bricked Casablanca SA, applying the tools developed with different teachers from the Universidad de la Sabana. In each chapter of the draft submitted extent, the different variables of the environment in which the company operates, to identify and define the possible scenarios and strategies of differentiation and branding are analyzed. Finally, the strategies suggested to the company that should be used to achieve the desired sustainability and competitiveness are formulated.</p>
7	PALABRAS CLAVES	Prospectiva, Análisis, Direccionamiento Estratégico.
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Sector de la construcción.
9	TIPO DE ESTUDIO	Trabajo aplicado
10	OBJETIVO GENERAL	Diseñar un plan prospectivo estratégico para la empresa Ladrillera Casablanca S.A. para el año 2020.
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<p>Elaborar el análisis del entorno de la empresa Ladrillera Casablanca S.A. Elaborar el análisis competitivo de la empresa Ladrillera Casablanca S.A. Elaborar el análisis prospectivo de la empresa Ladrillera Casablanca S.A. Formular estrategias que permitan el posicionamiento en el sector de la construcción, de la marca de la empresa Ladrillera Casablanca S.A.</p>

RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

12	RESUMEN GENERAL	<p>La industria nacional que trabaja con los productos derivados de la arcilla, hace un importante aporte a la economía nacional, y está en una constante búsqueda de formas y colores para ser más competitiva y atractiva para el mercado nacional e internacional.</p> <p>Hoy en día el mercado de la arcilla es más exigente, en términos de calidad de producto, cumplimiento en las entregas, respeto por las condiciones acordadas y servicio post-venta, por lo cual es necesario cumplir y superar las expectativas del cliente, "se compite con sistemas constructivos industrializados y con diversos productos sustitutos. Sin embargo el producto de arcilla no pierde su vigencia, sus ventajas y presentación final dan a las obras un toque estético y de belleza único",</p> <p>El objetivo más relevante del sector es afianzar el liderazgo de la arcilla, que continúe siendo protagonista del mercado sobre otros materiales sustitutos y que "por otro lado y no menos importante se trabaje en poder contar con procesos de producción más limpios y amigables con el medio ambiente".</p> <p>Colombia es pionera en variedad de productos de arcilla y se encuentra bien posicionada a nivel internacional. Es un gran productor de arcilla a nivel de América "el gres Colombiano es altamente valorado en los mercados internacionales".</p> <p>Se debe continuar trabajando en el desarrollo de los productos, innovación y diferenciación que de un valor agregado y sostenible con el medio ambiente.</p> <p>Tradicionalmente el gres ha estado caracterizado por su color rojo, pero en los últimos tiempos se viene incursionando en la fabricación de productos en una amplia gama de colores (moro, tabaco, terrazo, arena, salmón, firenze) y muy especialmente hacia matizados.</p> <p>La prospectiva brinda herramientas metodológicas para que una empresa pueda analizar su sistema estructuralmente y poder construir e influir sobre su futuro. Ladrillera Casablanca puede hacer uso de estas herramientas para identificar y formular estrategias que le permitan proyectar su futuro, con sostenibilidad y competitividad en el mercado.</p> <p>Con la realización del presente proyecto de grado de la Especialización de Gerencia Estratégica se ha desarrollado un plan prospectivo estratégico para la empresa Ladrillera Casablanca S.A. aplicando las herramientas desarrolladas con los diferentes docentes de la Universidad de la Sabana, durante la especialización. En cada capítulo del proyecto de grado presentado, se analizan las diferentes variables del entorno en el cual se desenvuelve la empresa, para identificar y definir los posibles escenarios y estrategias de diferenciación y posicionamiento de marca.</p> <p>En el capítulo uno se presentan los objetivos del proyecto. En el capítulo dos la justificación y delimitación. En el capítulo tres el marco teórico de las diferentes herramientas metodológicas aplicadas.</p> <p>La presentación y definición del sistema de la empresa Ladrillera Casablanca S.A. se presenta en el capítulo cuatro. En el capítulo cinco se presenta el análisis de competitividad de la compañía.</p> <p>Finalmente, en el capítulo sexto, se formulan las estrategias que se sugiere a la empresa que debe utilizar para lograr la sostenibilidad y competitividad deseada.</p>
----	------------------------	--

RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

13	CONCLUSIONES.	<p>Las grandes bondades que ofrecen las arcillas del Departamento del Norte de Santander, con su variedad de tonos y propiedades de absorción, resistencia, disponibilidad y cantidad para sus combinaciones, invitan a la empresa Ladrillera Casablanca S.A. a mantener la fortaleza de su portafolio ofreciendo la gama de tonos en los productos y el acompañamiento a los clientes en la comercialización que le dan diferenciación ante sus competidores.</p> <p>Del análisis interno y externo de Ladrillera Casablanca S.A., se concluye que su expansión y crecimiento está sujeta a la decisión financiera de la empresa para invertir en tecnología para mejorar su proceso productivo, lo cual le permitirá proyectarse a mercados internacionales, obtener mayor competitividad por la reducción en los costos de producción y la posibilidad de ofertar nuevos productos atractivos al mercado.</p> <p>La sostenibilidad de la empresa Ladrillera Casablanca dependerá de la inversión efectuada en el cambio tecnológico de su proceso productivo, diseño y desarrollo de productos diferenciadores, innovadores y amigables con el medio ambiente.</p> <p>Con la implementación de un laboratorio de desarrollo de nuevos productos podrá aprovechar los conocimientos que tiene sobre el manejo de las arcillas generando variedad de tonos, como también mejorar las características físicas del producto (medidas, absorción y resistencia a la abrasión, etc.).</p> <p>El plan prospectivo permitió conocer los diferentes programas y proyectos impulsados por las entidades gubernamentales para el fortalecimiento, desarrollo, crecimiento y competitividad del sector, los cuales la empresa debe continuar aprovechando. Estos programas le permiten fortalecer el trabajo de posicionamiento de marca de la empresa, lo cual le ha generado reconocimiento en el mercado nacional e internacional.</p> <p>El entorno le ofrece a la Ladrillera Casablanca, la oportunidad de crecer participando en los proyectos de vivienda de interés prioritario, centros comerciales que se están desarrollando en la ciudad y el auge de la construcción en el país.</p> <p>Ladrillera Casablanca debe formular sus objetivos estratégicos en el mejoramiento de las siguientes variables:</p> <p>Cambio tecnológico: realizar inversión en maquinaria y equipo de alta tecnología que permita la automatización del proceso productivo, logrando una mayor competitividad y sostenibilidad en el mercado.</p> <p>Diferenciación: trabajar en el desarrollo de productos innovadores y diferenciadores que den un valor agregado, mantener y aumentar la gama de tonos, acompañamiento continuo a los clientes, servicio post-venta y oportunidad en las entregas, variables que la diferencian frente a la competencia.</p> <p>Participación en el mercado internacional: penetrar y posicionar la marca en los mercados internacionales para incrementar la participación de las ventas del exterior sobre las ventas totales.</p> <p>Posicionamiento: realizar un cambio de imagen corporativa, un Plan de gestión de marca, un estudio de mercado, para la implementación de un Plan de mercadeo que le permita posicionar su marca en los diferentes mercados.</p>
----	----------------------	---

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM
RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>CASTELLANOS CRÚZ, Rodeloy . Pensamiento, herramientas y acción del estratega. Disponible en Internet en: http://www.eumed.net/libros/2008a/345/arbol%20de%20competencias.html</p> <p>COLLEGE Derkra. Matriz DOFA y análisis PEST. Disponible en Internet en: http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/matriz-dofa-analisis-pest.htm</p> <p>Concepto tomado de la clase de Prospectiva Estratégica con el Docente Darío Alfonso Sierra Arias – especialización Gerencia Estratégica de la Universidad de la Sabana</p> <p>CONTRERAS Jose. La matriz de evaluación de los factores internos (EFI). Disponible en Internet en: http://www.joseacontreras.net/direstr/cap57d.htm</p> <p>DAVID, Fred R. Conceptos de Administración Estratégica. Pearson Educación, Edición 14, 2013.</p> <p>elergonomista.com. Metodo delphi. Disponible en Internet en: http://www.elergonomista.com/14en14.html</p> <p>Galeon.com. Matrices MEFI y MEFE. Disponible en Internet en: http://amesatrab.galeon.com/productos1611723.html</p> <p>GODET, Michael y otros. "La caja de herramientas de la prospectiva estratégica", problemas y métodos; documento PDF; enlace: http://cnam.fr/lipsor/spa/data/bo</p> <p>GODET, Michael. "De la anticipación a la acción"; manual de prospectiva y estrategia; Alfaomega S.A., Bogotá, 2010.</p> <p>IBARRA, Mikel. Material de la cátedra de Formulación Estratégica; Universidad de la Sabana, Agosto, 2014.</p> <p>JOHNSON, G; WHITTINGTON. Exploring Strategy. New York. Pearson. 2011</p> <p>KAPLAN, Robert y NORTON, David: Mapas estratégicos. Cómo convertir los activos intangibles en resultados tangibles. Gestión 2000. 2004.</p> <p>MINTZBERG, Henry y otros, Strategy Safari. Resumen de Safari a la Estrategia. http://www.academia.edu/1280822/Resumen_del_libro_Safari_a_la_Estrategia</p> <p>MOJICA, Francisco. "Prospectiva, técnicas para visualizar el futuro"; Legis, Bogota, 1992.</p> <p>PABA, Virgilio. Análisis prospectivo. Juego de actores. Disponible en Internet en: http://es.slideshare.net/virgilioadolfo/juego-de-actores-24562548</p> <p>PORTER, Michael E. Ser Competitivo. Nuevas aportaciones y conclusiones. Harvard Business Press; Ediciones Deusto. 2009.</p> <p>Prospectiva.eu. MIC MAC. Análisis Estructural. Disponible en Internet en: http://www.prospectiva.eu/curso-prospectiva/programas_prospectiva/micmac</p> <p>RAMIREZ Jose . Gerencia Estratégica. Disponible en Internet en: http://www.monografias.com/trabajos42/gerencia-estrategica/gerencia-estrategica2.shtml</p> <p>SIERRA, Darío. Material de la cátedra de Prospectiva Estratégica; Universidad de la Sabana, Mayo, 2014.</p> <p>THOMPSON, Arthur A; GAMBLE, John E.; PETERAF, Margaret A.; STRICKLAND, A.J.; Administración Estratégica – Teoría y Casos, Mc Graw Hill Interamericana, Edición 18, 2012.</p> <p>VILLACRES, Guillermo. Material de la cátedra de Pensamiento y Análisis Estratégico; Universidad de la Sabana, Junio, 2014.</p> <p>WEIL, Pierre. Holística: Una nueva visión y abordaje de lo real; 2a. Edición, San Pablo, 1997.</p>
----	-------------------------------	--