

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM

RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

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 | Gerencia Comercial con Énfasis en Ventas |
| 2 | TÍTULO DEL PROYECTO | Plan de Mercadeo para la Fundación Fosforos |
| 3 | AUTOR(es) | Mayra Alejandra Ramírez Giraldo y Diana Katherine Martínez Castrellón |
| 4 | AÑO Y MES | Agosto de 2015 |
| 5 | NOMBRE DEL ASESOR(a) | Ricardo Pinilla Peñuela |
| 6 | DESCRIPCIÓN O ABSTRACT | Desarrollo de la estrategia de sostenibilidad de la Fundación Fosforos y actuación promueve al cambio de mejora de la sociedad. Fósforos es una fundación que a través de la fe, la esperanza y el amor evidenciados en el desarrollo de su misión, despierta la pasión y adhesión en otras personas que se identifican con el deber de aportar a la construcción de una mejor sociedad, de ayudar a los más necesitados y devolver el bien recibido; a través de fósforos se fortalece la luz en individuos que necesitan potencializar su principios y valores personales para que puedan sobreponerse a las situaciones adversas a las que puedan estar expuestos en diferentes entornos, decidir consiente y responsablemente con el propósito de diseñar y alcanzar su proyecto de vida que provoque seres humanos más felices, productivos de tal manera que trascienda a sus futuras generaciones dejando como legado el mejoramiento de sus condiciones de vida. |

- 7 PALABRAS CLAVES Modelo Pedagógico de fortalecimiento de principios y valores, generación de proyección de visión de la nuevas generaciones, inclusión social, Aliados estratégicos y relaciones de largo plazo.
- 8 SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO Sector financiero, comercio, educación, público y estatal.
- 9 TIPO DE ESTUDIO Plan de Mercadeo.
- 10 OBJETIVO GENERAL Desarrollar alianzas estratégicas, relaciones de largo plazo con los patrocinadores, donantes que soporte económica y humanamente el crecimiento del volumen de niños y niñas atendidos a través de la Fundación
- 11 OBJETIVOS ESPECÍFICOS
1. Lograr lealtad y recordación de los niños (as) y sus familias.
 2. Participación financiera y humana de tres (3) empresas sostenibles.
 3. Fidelizar a largo plazo padrinos actuales.
 4. Lograr alianzas estratégicas con instituciones públicas.
- 12 RESUMEN GENERAL Es un reto y una satisfacción la realización e implementación del plan de mercadeo de la Fundación Fosforos porque permite ser inspiración y orientación a las organizaciones sociales interesadas no sólo en ser solución a la sociedad en general sino que están en búsqueda de su sostenibilidad.
- 13 CONCLUSIONES. Es por ello que se propone a través del presente el medio para que se realice el proyecto de la cultura de valores que promueve la Fundación Fosforos, donde toma al individuo desde la edad de su infancia y que se encuentra en aquellos entornos alta vulnerabilidad, de un alto índice de violencia en todas sus expresiones, de pocas oportunidades de aprendizaje y desarrollo de destrezas, es que se enfoca para fortalecer la perspectiva de valores que le permitan generar identidad, de creer, de tener autoconfianza, auto superación, en una cosmovisión de vida, de resiliencia, de realización de proyecto de vida.
- 14 FUENTES BIBLIOGRÁFICAS Modelo negocio Leon Canvas. Emprendimientos sociales sostenibles. Mckinsey & Company. Catarina. (2014). Plan de Marketing social. Pedagogia Papalia.