

# Planificación estratégica

## Grupo Meta

Minari, José Roberto  
Licenciatura en Administración  
Jose\_minari@hotmail.com

UNIVERSIDAD  
**SIGLO 21**  
OPEN LAB 2023

## Planificación Estratégica

La planificación estratégica es un proceso mediante el cual una organización establece metas y objetivos a largo plazo, así como las acciones necesarias para alcanzarlos. Es una herramienta de gestión que ayuda a determinar la dirección futura de una empresa, considerando factores internos y externos que pueden afectar su desempeño.

## Objetivo

El objetivo general es lograr una rentabilidad del 13% en el grupo empresarial para el año 2024 mediante la reducción de costos de pérdida en materia prima, la implementación de nuevas tecnologías y el impulso de la imagen de la marca en redes sociales y sitios web aprovechando el crecimiento del sector cervecero y la recuperación del sector gastronómico y hotelero.



## Método

Planificación estratégica

## Marco teórico

Análisis general para la planificación estratégica

	Poder de negociación de los clientes	Poder de negociación de los proveedores	Amenaza de nuevos competidores	Amenaza de productos y servicios sustitutos	Rivalidad entre los competidores existentes
Agricultura y Ganadería	↑	↕	↓	↓	↑
Gastronomía y Hotelero	↑	↓	↑	↑	↑
Industria y Tecnología	↑	↑	↑	↑	↑

## Discusión

El problema identificado es la caída de rentabilidad en las unidades de negocio del grupo debido a las restricciones de COVID, especialmente en el sector gastronómico y hotelero. Se observa una falta de integración entre las unidades de negocio y una falta de reconocimiento de algunas marcas en el mercado.

## Principales resultados

Aplicando las estrategias propuestas, se espera que Grupo Meta alcance la rentabilidad esperada en un plazo de dos años, financiando la inversión con recursos propios y obteniendo un retorno positivo sobre la inversión, con una tasa interna de retorno del 48%.

Se recomienda una revisión periódica de los indicadores, se sugiere la implementación de un cuadro de mando integral, desarrollar estrategias comerciales para expandir la participación de mercado, mejorar la integración entre las unidades de negocio, maximizar el uso de recursos en la producción, utilizar inteligencia artificial para generar modelos de beneficios personalizados, y monitorear el crecimiento y reestructurar departamentos según sea necesario