

Planificación estratégica para el Grupo Ledesma

Juárez Toledo, Florencia Aldana

Licenciatura en Administración
florencia.juarez.toledo@gmail.com

UNIVERSIDAD
SIGLO 21
OPEN LAB 2025

Tema-Pregunta

¿Puede el papel del futuro transformar la rentabilidad de Ledesma?

El desafío: innovar con productos biodegradables y alianzas estratégicas para aumentar la rentabilidad de su unidad de papel.

Objetivo/s

Incrementar la rentabilidad del Grupo Ledesma en un 15% para 2025, desarrollando productos biodegradables (como envases compostables) y estableciendo alianzas con empresas ecoinnovadoras.



Método

Estudio de caso – Investigación aplicada

Marco teórico

Herramientas: Matriz BCG, VAN, TIR, ROI

Referencias bibliográficas

Kotler & Keller (2006) – *Desarrollo de producto*

Very (2000) – *Alianzas estratégicas*

Boston Consulting Group (BCG). (1970)



Discusión

Se aplicaron herramientas de análisis estratégico (Matriz BCG, indicadores financieros y benchmarking) sobre la unidad de papel.

La propuesta se basa en alianzas con empresas de envases sustentables, usando papel 100% caña de azúcar.

La estrategia apunta a la transformación sostenible y la diversificación del portafolio de productos.

Principales resultados

El proyecto mostró alta viabilidad económica y estratégica. Con buena rentabilidad y foco en papel 100% caña de azúcar, Ledesma puede transformar su unidad en una línea innovadora, rentable y alineada con un mercado cada vez más sustentable.