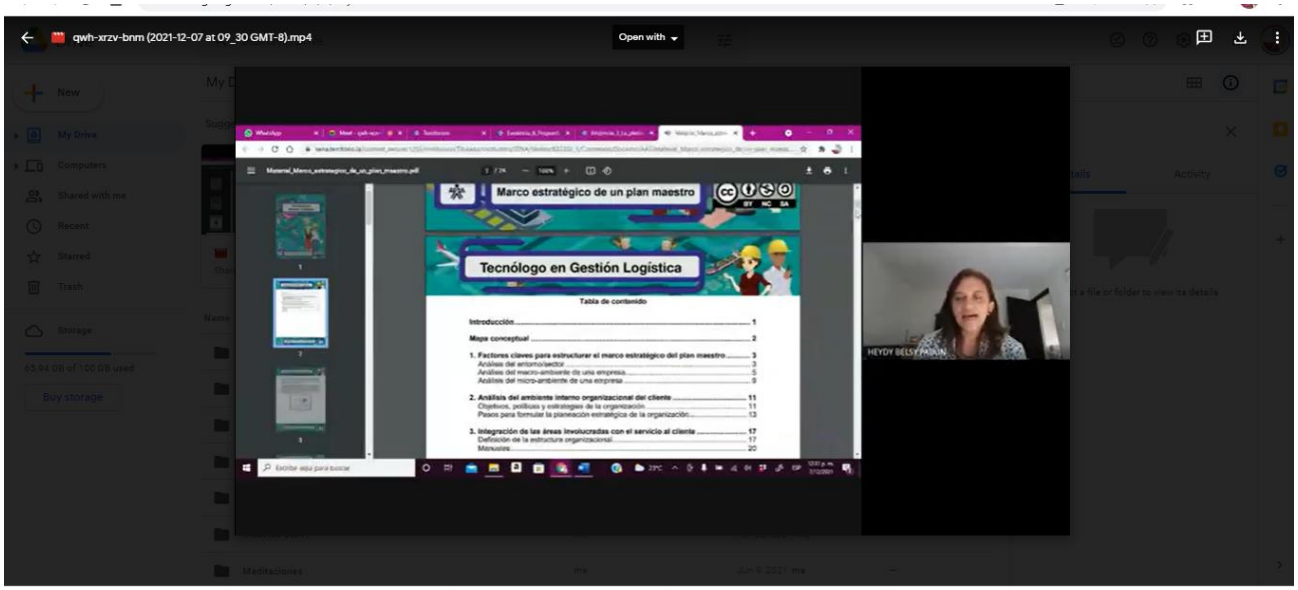
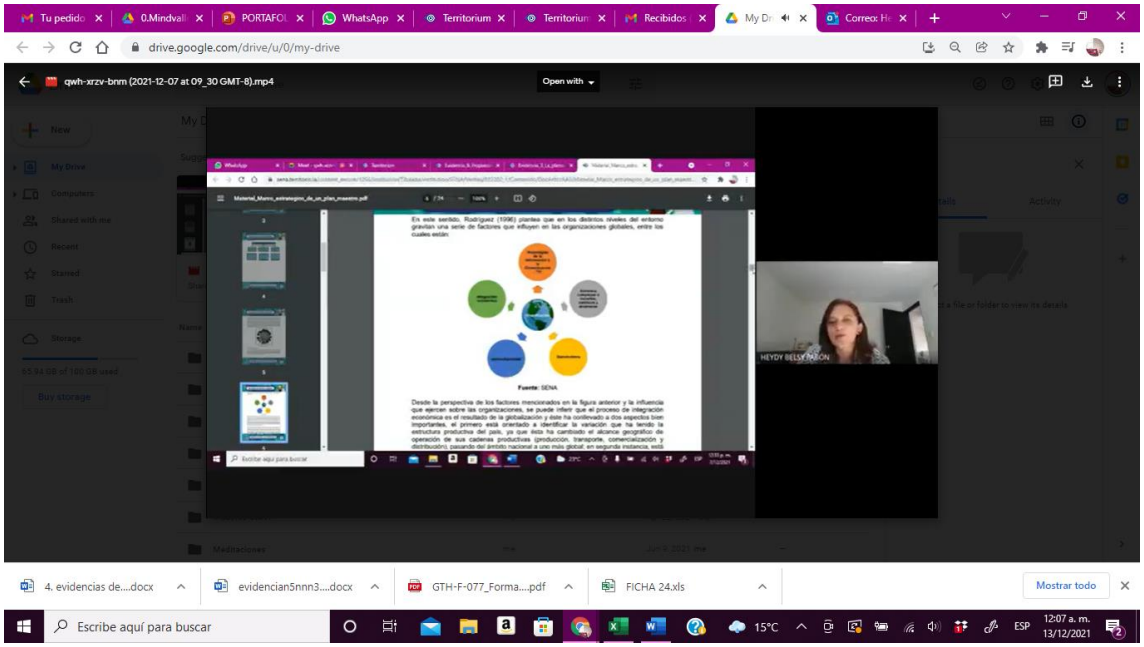


Sesión en línea 1 de diciembre

2374810, 2374789, 2374591



LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y LA GESTIÓN LOGÍSTICA

PRESENTADO A:

HEYDY PABÓN

PRESENTADO POR:

ANDREA COLLANTE V.

NUMERO DE FICHA:

2348341

TEG. GESTIÓN LOGÍSTICA

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 5

EVIDENCIA 3

(FASE PLANEACIÓN)

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

CENTRO DE FORMACIÓN

CAUCA-POPAYÁN

TABLA DE CONTENIDO

Introducción……1

INTRODUCCIÓN

Este documento tiene como objetivo analizar y comprender los planes estratégicos y logísticos de una empresa y así poder conocer y dar ideas de nuevas estrategias para el mejoramiento de una empresa. Aquí di a conocer la empresa Bavaria y conocer su funcionamiento, su infraestructura, su estructura organizacional y muchas características de la empresa.

La Planeación Estratégica es una herramienta de gestión que permite establecer el quehacer y el camino que deben recorrer las organizaciones para alcanzar las metas previstas, teniendo en cuenta los cambios y demandas que impone su entorno. En este sentido, es una herramienta fundamental para la toma de decisiones al interior de cualquier organización. Así, la planificación estratégica es un proceso de formulación y establecimiento de objetivos y, especialmente, de los planes de acción que conducirán a lograr los objetivos.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y GESTIÓN LOGÍSTICA

En el sector logístico es necesario contar con una planeación estratégica que permita a través del análisis de las variables internas o externas de la empresa minimizar costos, mejorar los procesos de distribución, producción, aprovisionamiento y generar valor agregado a cada uno de los servicios ofrecidos. En este sentido, la planeación no solo es un elemento relevante dentro de la construcción de un plan maestro, ya que entre otras cosas ayuda a definir el direccionamiento de la empresa, asegurando su éxito dentro del mercado. Basado en lo anterior, elabore un documento donde relacione las medidas que adoptaría para optimizar los procesos de producción, distribución y aprovisionamiento de determinado producto en una empresa. Para desarrollar esta evidencia debe:

- **Seleccionar una empresa de su preferencia, identificando lo siguiente:**



- **Historia de la empresa.**

  Primeros pasos: Los hermanos Leo Siegfried y Emil Kopp Koppel, provenientes de Alemania, llegaron en 1876 a Santander, Colombia. Tres años después, se asociaron con los hermanos Santiago y Carlos Arturo Castello y conformaron en Bogotá la sociedad Kopp y Castello, quienes en 1889 adquirieron un lote para la construcción de una fábrica de cerveza. Esta transacción es considerada como el hecho fundacional de Bavaria.
  Fundación: En 1890 se disolvió Kopp y Castello, nació Bavaria Kopp's Deutsche Bierbrauerei e inauguramos la planta de San Diego, en el centro de Bogotá.
  Crecimiento de Bavaria: En el año 1913 inauguramos la Cervecería de Barranquilla y nació la marca más valiosa de nuestro portafolio: Águila.
  Nuevas alianzas: En 1930, al unirse la Handel y la Cervecería Continental de Medellín, se crea el Consorcio de Cervecerías Bavaria, que incorporaría a la Colombiana de Cervezas de Manizales y su marca Póker, así como a otras plantas cerveceras en Santa Marta, Cali, Pereira y Honda.
  Aplican su propia operación: Tras la construcción de la Planta de Duitama (1943) y la compra de la Cervecería de Cúcuta (1944), iniciamos la edificación de nuevas fábricas en Bucaramanga, Girardot, Buga, Villavicencio, Neiva, Ibagué y Armenia que entrarían en operación entre 1948 y principios de los años 50.

Consolidación: En 1967 a cambio de acciones propias, Julio Mario Santodomingo se hizo dueño de la Cervecería de Barranquilla y Bolívar, creando con esta operación la Cervecería Águila S.A. Este hecho fue fundamental para la consolidación de Bavaria.
Inauguración: El 31 de enero de 1973 inauguramos en Bogotá una nueva planta, un conjunto denominado Complejo Industrial de Techo y cerramos la antigua fábrica de la calle 28 en el sector de San Diego, donde, años después, se levantaría el conjunto Parque Central Bavaria.
Internacionalización: En el 2001 compramos la Cervecería Nacional de Panamá. Al siguiente año iniciamos las operaciones en Perú con UCP Backus & Johnston, y en el 2004 finalizamos el proceso de adquisición de Cervecería Leona que inició en el 2000.
Bavaria & SABMiller: El 18 de julio de 2005 se firmó el acuerdo de fusión entre el Grupo Empresarial Bavaria y SABMiller PLC, segunda productora de cervezas y bebidas del mundo.
Bavaria en la actualidad: Desde octubre de 2016, somos parte activa de la familia ABInBev, organización con operaciones en casi todos los mercados de cerveza y un portafolio ampliado que incluye marcas globales, de múltiples países y locales para ofrecer más opciones a los consumidores.
Bavaria: Hoy en día somos la principal compañía de bebidas del país y una de las marcas con mayor tradición en Colombia. Con más de 130 años de historia, continuamos sobresaliendo por la calidad de nuestros productos y el aporte al deporte, a la preservación del medioambiente, al progreso de las comunidades y al emprendimiento colombiano.

- **Tipo de producto o servicio que fabrica y/o comercializa.**

  Una bebida milenaria**: La cerveza y Nabs.**
  Las cervezas se clasifican principalmente por el tipo de levadura utilizada y pueden ser: lager, ale y lambic.
  Cervezas: Budweiser, corona, Stella Artois, club Colombia, Beck, Redd´s , Mike´s, Michelob ultra, Busch light, Águila, Águila Light, Águila 0.0, Águila fusión limón, Cola y Pola Lulo, Cola y pola, Póker, Póker pura malta, Póker roja, Costeña, Costeña bacana, Costeñita, Pilsen.
  Nabs: Agua zalva, Pony malta, Pony malta vital, Malta leona

- **Mercado o sector económico en el que se desenvuelve.**

  Bavaria pertenece a un tipo de mercado del sector secundario o industrial, ya que sus actividades están relacionadas con la transformación de materias primas en productos manufacturados, de consumidos directamente o para uso como materias primas en otras industrias.

- **Misión.**
  - ✓ Crecer en el mercado a un consumo por capital anual de 60 litros
  - ✓ asegurando el liderazgo de nuestro portafolio de marcas nacionales e internacionales en cada una de las categorías de bebidas y en todos los segmentos del mercado
  - ✓ Producir marcas amadas que han unido por generaciones a millones de personas, dando vida a nuevas amistades y experiencias inolvidables.
  - ✓ Celebramos la vida haciendo positiva cada experiencia con nuestros productos a través de la música, la cultura, el deporte y los mejores momentos

- **Visión.**

✓ Hemos construido una compañía para que perdure en el tiempo.

✓ comprometidos a preservar el medioambiente y transformar positivamente la vida de las comunidades de las que hacemos parte.

✓ Para nosotros la sostenibilidad no solo está relacionada con nuestro negocio, ¡es nuestro negocio!

✓ Mantener en continua evolución, diversificando e innovando para ofrecer más y mejores opciones a los consumidores.

- **Principios, valores y políticas organizacionales.**

  PRINCIPIOS:
  - ✓ Sueñan en grande: Estan construyendo una compañía rentable y en continuo crecimiento.
  - ✓ La gente es su mayor fortaleza
  - ✓ Seleccionan, desarrollan y retienen personas que pueden ser mejores que ellos.
  - ✓ Son u na compañía de dueños: se toman los resultados de manera personal y lideran con ejemplo.
  - ✓ Nunca estan completamente satisfechos con los resultados: toman riesgos, soninteligentes y aprenden de los errores.
  - ✓ El consumidor manda: ya que por ahí está el crecimiento.
  - ✓ Se esfuerzan por el mejor servicio y hacer nuevas alianzas con sus clientes
  - ✓ Creen en el sentido coún y simplicidad
  - ✓ Controlan estrictamente sus costos para liberar recursos que respaldan el crecimiento rentable de sus ingresos.
  - ✓ Nunca toman atajos. La integridad, el trabajo duro y la responsabilidad son clave para contruir su compañía y su reputación.

VALORES:

- ✓ Apasionados
- ✓ Resueltos
- ✓ Comprometidos
- ✓ Íntegros

POLÍTICAS ORGANIZACIONALES:

Como empresa cervecera líder promovemos el consumo responsable de nuestros productos entre los consumidores y como empleador responsable, la seguridad y el bienestar de nuestros colegas en el trabajo son prioritarios. Por eso tenemos unas políticas internacionales para garantizar nuestro compromiso con el consumo inteligente de alcohol:

- ✓ Responsible Drinking Policy AB InBev
- ✓ Política de Promoción de Consumo Responsable de alcohol y prevención de consumo de SPA y tabaco
- ✓ Procedimiento de la política de Promoción de Consumo Responsable de alcohol
- ✓ Código de Marketing y Comunicación Responsable

Código Buen Gobierno

El Código de Buen Gobierno tiene por finalidad asegurar que en Bavaria se respeten los derechos de quienes inviertan en sus acciones o en cualquier otro valor que emita, la adecuada administración de sus asuntos y el conocimiento público y transparente de su gestión.

- ✓ Código de Buen Gobierno

Código de Conducta en los Negocios

La reputación de la Empresa en cuanto a su honestidad e integridad es un recurso invaluable. Por tanto, para lograr nuestros objetivos comerciales, debemos adherir siempre a los más altos estándares de integridad y de ética. El Código de Conducta en los Negocios aplica a todas las transacciones comerciales que realizamos y expresa los principios que esperamos siga cada persona o entidad que actúe en nuestra representación.

- ✓ AB InBev Código de Conducta provisional
- ✓ AB InBev Code of Business Conduct interim

Política Anticorrupción y Manual de Cumplimiento

Esta política complementa las disposiciones del Código de Conducta Empresarial y está diseñada para ayudar a cumplir las disposiciones de la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero de los EE.UU. y la Ley de Soborno del Reino Unido. La Empresa tiene una política de tolerancia cero hacia el soborno

y cualquier otra conducta corrupta que involucre funcionarios públicos o contrapartes comerciales. Todas las donaciones, regalos, entretenimiento y demás hospitalidad corporativa debe entregarse según los procedimientos definidos en esta política.

- ✓ ABI Política Global Anticorrupción
- ✓ ABI Anti Corruption Global Policy

Línea de Ayuda Compliance

Promovemos una cultura abierta, en la que todas las personas se sientan seguras de manifestar sus preocupaciones y reportar aquellas conductas que consideren que violen nuestro Código de Conducta en los Negocios, la ley o nuestras políticas, sin temor a represalias. Para este efecto, ponemos a disposición de nuestros colaboradores y de nuestros asociados de negocio la Línea de Ayuda Compliance a través de los siguientes canales:

- ✓ Línea gratuita nacional: 01800-710-2148
- ✓ Sitio de reportes en línea: http://talkopenly.ab-inbev.com/
- ✓ Correo electrónico: comite.etica@ab-inbev.com

La Línea de Ayuda Compliance funciona 24/7 y es administrada por un tercero. Todos los reportes son tratados con la mayor confidencialidad y son investigados con prontitud. Si lo prefieres, puedes presentar también tu reporte de forma anónima. Para mayor información sobre tus derechos y sobre la forma cómo tratamos tus reportes, consulta nuestra Política del Denunciante."

- ✓ Política del Denuciante

Política ALA/CFT y de Compliance en el Comercio Internacional

Esta política complementa las disposiciones del Código de Conducta Empresarial con estándares mínimos para cumplir los regímenes de sanciones económicas de los EE.UU. y la UE en todas las operaciones, así como las leyes aplicables contra el lavado de dinero y la financiación del terrorismo. Además, establece un protocolo de consulta de contrapartes comerciales en listas de sanciones con enfoque de riesgo y los canales de reporte para señales de alerta y operaciones inusuales.

- ✓ Política ALA CFT y Compliance en el Comercio
- ✓ AML and Trade Compliance AB InBev

Política Global de Derechos Humanos

Como signataria del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, AB InBev está comprometida con prácticas comerciales que respeten los Derechos Humanos. A través de nuestra cadena de valor, interactuamos con una amplia gama de partes interesadas, que podrían ser impactadas por nuestras acciones. Esta política establece los estándares, expectativas y compromisos en relación con nuestra responsabilidad de respetar los Derechos Humanos en nuestras propias operaciones, y a no contribuir conscientemente con la vulneración de los mismos por parte de terceros.

- ✓ Política Global Derechos Humanos
- ✓ Global Human Rights Policy

Política Global contra el Acoso y la Discriminación

Para cumplir nuestro sueño de unir a la gente por un mundo mejor, tenemos la responsabilidad de promover una cultura que redunde en un entorno de trabajo seguro, diverso e inclusivo, en el que las personas puedan desarrollarse. Por tanto, el objetivo de esta política es asegurarnos de que nuestros colaboradores se desenvuelvan en un lugar de trabajo libre de toda forma de discriminación injustificada y de acoso, lo que incluye el acoso sexual, y los actos inapropiados, indeseados o molestos, que creen un entorno intimidante, ofensivo u hostil. AB InBev toma el acoso y la discriminación muy seriamente y considera que no son comportamientos que puedan tolerarse, o que puedan existir sin que sean abordados al interior de la organización.

- ✓ ABI Política Global Contra el Acoso y la Discriminación
- ✓ ABI Política Global Contra el Acoso y la Discriminación
- ✓ ABI Política Global Contra el Acoso y la Discriminación
  ABI Política Global Contra el Acoso y la Discriminación
- ✓ AB InBev Política de Diversidad e Inclusión
- ✓ AB InBev Diversity and Inclusion Policy

- **Objetivos.**

  Estamos comprometidos con la protección del medioambiente y con la prosperidad de las comunidades para que podamos elaborar cervezas que unan a los colombianos durante los próximos 100 años y más. Nuestra visión ha cambiado. La sostenibilidad ya no es parte de nuestro negocio, es nuestro negocio. Por eso, nuestros objetivos de sostenibilidad 2025 están diseñados para tener un impacto positivo en las comunidades y el medioambiente, y podamos tener resultados medibles.
  Nuestros objetivos de sostenibilidad 2025 están diseñados para tener un impacto positivo en las comunidades y el medioambiente, y podamos tener resultados medibles.
  - ✓ El logro de nuestros Objetivos de Sostenibilidad a 2025 tendrá un gran impacto: conectará a agricultores con tecnologías y habilidades, mejorará el acceso y la calidad del agua para cientos de personas, trabajaremos con nuestros proveedores para aumentar el contenido reciclado de nuestros envases y aumentaremos el consumo de electricidad renovable.

- **Estrategias.**

✓ **Agricultura inteligente:** el 100% de nuestros agricultores estarán capacitados, conectados y empoderados financieramente.
✓ **Custodia del agua:** el 100% de las comunidades que viven en nuestras cuencas de alto riesgo contarán con una mejora verificable en la calidad y cantidad de agua
✓ **Economía circular:** el 100% de nuestros productos estarán en empaques retornables o hechos en su mayoría de material reciclado.
✓ **Energía renovable y acción climática:** el 100% de nuestra energía eléctrica comprada provendrá de fuentes renovables y reduciremos el 25% de nuestras emisiones de carbono a lo largo de la cadena de valor

- **Infraestructura – Presencia a nivel nacional o internacional.**

La Compañía inició en el año 1889 y tienen una capacidad de producción de aproximadamente 26 millones de hectolitros al año a través de sus seis plantas cerveceras. También operan dos malterías, dos fábricas de etiquetas y una de tapas. El interés de Bavaria por reducir el impacto de su operación también incluye temas de infraestructura. En julio del año pasado la empresa estrenó una nueva sede administrativa en la carrera 53A con calle 127, la cual ganó la certificación ecológica LEED, en la categoría Silver. Este edificio tiene un sistema de recolección de aguas lluvias y aguas grises (provenientes de lavamanos) y 75% de los espacios tienen luz natural.

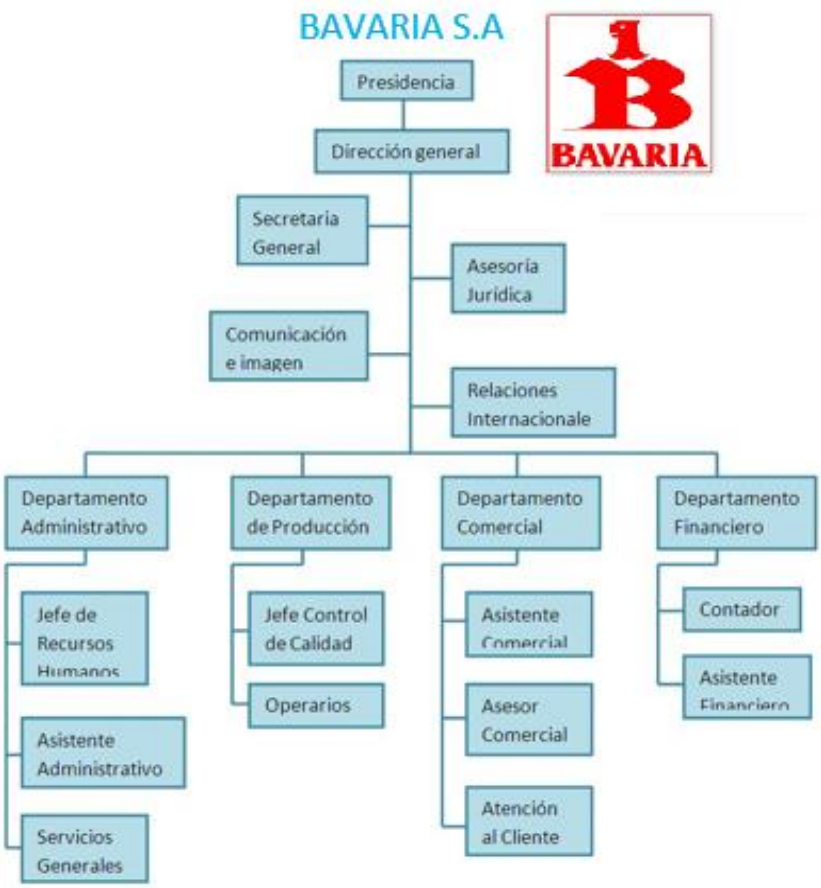
Bavaria hoy es reconocida a nivel global en AB InBev, su casa matriz, por el empleo de tecnologías limpias, sostenibles y su modelo de servicio al cliente. “Nuestros procesos y protocolos han sido replicados en el mundo y esto es por el talento del trabajador de Bavaria. El talento colombiano y los modelos operacionales y de servicio al cliente fueron algunas de las muchas razones por las que AB InBev tomó la decisión de que Colombia fuese elegida como la casa matriz de la compañía en la región COPEC (Colombia, Perú y Ecuador)”, afirmó Moreira.
Bavaria se destaca además en el mundo por sus plantas reconocidas como modelos de gestión. Entre ellas, la Cervecería del Valle, la más innovadora de ABI en el mundo, y planta de Tibasosa (Boyacá), la más sostenible y ambientalmente responsable.

Bavaria está conformada a nivel nacional por siete plantas cerveceras,ubicadas en Barranquilla, Bogotá, Duitama, Bucaramanga, Cali, Medellín y Tocancipa, igualmente tiene dos malterias una en Tibu y otra en Cartagena

- **Estructura organizacional.**

  Si analizamos la organización de Bavaria y su historia, podemos deducir que cumple con un modelo Formal y funcional, ya que esta empresa tiene características que rectifica que es una estructura Formal y funcional como:

  - ✓ División de trabajo: En Bavaria, Evidentemente existe un concepto sobre la división por vicepresidencias, las cuales tienen objetivos específicos y es repartir cargos a personas capacitadas tales como; Vicepresidencia de recurso humano, financiera, asuntos corporativos y demás, que puedan controlar las operaciones, cuentas y procesos de la empresa.
  - ✓ Especialización: Aquí cada persona tiene su propósito y objetivo en la empresa, por eso se necesita especialización en su área de trabajo. También cada uno tiene su separación en sus planes y su buena forma de organizar el trabajo, al igual que tienen un amplio sistema de control y la forma de ejecutar sus planes.
  - ✓ Jerarquía: Bavaria tiene un orden jerárquico con el cual se realizan las operaciones y todo tiene un orden y control. Mediante esta imagen se evidencia sus Estructura organizacional y procesos, al igual que su jerarquía.



- ✓ Distribución de la autoridad y responsabilidad: Esta característica es importante ya que define la eficacia de cada proceso y cada nivel jerárquico, porque tienen más peso en su nivel de decisiones.
- ✓ Racionalismo de la organización formal: Se puede determinar que Bavaria tiene una buena estructura de su organización, en donde la estructura es un medio para alcanzar sus objetivos estratégicos, en donde sus miembros rigen sus comportamientos a unas políticas de gobierno corporativo

- **Procesos logísticos (descripción, mapas o caracterización de procesos).**

Bavaria cuenta con dos procesos logísticos para la elaboración de sus productos, estos cuentan con un claro proceso maltero y cervecero.

PROCESO MALTERO:
La malta o cebada malteada es una materia prima fundamental para la elaboración de la cerveza, influyendo notablemente en la mayoría de sus características como son el cuerpo, sabor y aroma.
En el proceso de maltaje el grano de cebada se induce para que germine con lo cual se logra una transformación de sus componentes haciéndolo apto para el proceso cervecero.

Dicha transformación se desarrolla mediante los siguientes pasos:

- ✓ **Recepción, almacenamiento y limpieza de cebada**
  En esta etapa, la cebada importada de países como Canadá, Francia, Australia y Argentina, es recibida y almacenada en silos en nuestras malterías de Tibitó y Tropical, donde es sometida a un proceso de limpieza física mediante equipos tipo zaranda como un paso previo al proceso de maltaje.
- ✓ **Remojo**
  La cebada es sometida en tanques a inmersiones en agua seguidas de etapas de escurrido y succión de gas carbónico con el objeto de incrementar su humedad y a su vez activar el grano para la germinación. Durante las inmersiones se burbujea aire y durante la succión de gas carbónico se realiza una inyección de aire refrigerado para promover la respiración del grano.
- ✓ **Germinación**
  Este proceso consiste en someter el grano en condiciones que promuevan de manera controlada su respiración (bajas temperaturas y flujo de aire). Durante la germinación el grano de cebada hace evidente su transformación física por la aparición y desarrollo del “acróspiro” o tallo incipiente.

- ✓ **Tostación**
  En esta etapa se somete el grano germinado al contacto con aire caliente para ajustar su contenido de humedad, desarrollar el color, aroma y sabor de la malta.
- ✓ **Almacenamiento de malta**
  Previo al almacenamiento en silos, a la malta tostada se le retira el germen y es sometida nuevamente a limpieza en máquinas tipo zaranda. Antes de su despacho hacia las cervecerías la malta debe someterse a un "periodo de reposo" en los silos por lo menos durante tres semanas, con el objeto de estabilizar sus características.

PROCESO CERVECERO

- ✓ **Elaboración del mosto**
  En la sala de cocimiento se definen las características principales que determinan la identidad de cada marca, según las materias primas seleccionadas y el proceso aplicado. El proceso se inicia con la molienda de la malta de cebada, etapa necesaria para liberar el almidón del interior del grano. El almidón aportado por la malta es transformado en azúcar fermentable gracias a varios cambios de temperatura. Posteriormente, el mosto dulce que contiene azúcar fermentable, proteínas, aminoácidos, vitaminas y minerales es separado de la cascara (de malta). El mosto es hervido, y durante este proceso el lúpulo se añade para darle el amargo y el aroma.

- ✓ **Fermentación y maduración**
  Cuando el mosto se fermenta, la levadura transforma los azúcares del mosto en alcohol y gas carbónico, contribuyendo al aroma y sabor de la cerveza. Al final de este proceso se obtiene la "cerveza verde", llamada así porque aún no ha alcanzado su punto ideal de maduración para su consumo; para lograrlo, se requiere mantener la cerveza en tanques con temperaturas bajo cero grados. Por efecto del tiempo y del frío, el sabor y el aroma se refinan y se obtiene un producto más estable.

- ✓ **Filtración**
  Finalmente, es necesario estabilizar y otorgar esa apariencia limpia y clara a la cerveza. A través del proceso de filtración, se separan las levaduras y otros sólidos. Durante este proceso, se ajustan las cantidades de gas carbónico (CO_2). Luego de este procedimiento aparece por fin la cerveza brillante que todos conocemos.

- ✓ **Envasado**
  La cerveza se envasa en botellas de vidrio, latas de aluminio y barriles de acero inoxidable. Por ser un producto natural, a la cerveza no se le adicionan preservantes y para garantizar su estabilidad

microbiológica se pasteuriza. Finalmente, todos los envases se rotulan según la marca.

Una vez caracterizada la empresa, consigne la información en un documento y luego responda, de acuerdo al tipo de mercado en el que participa:

- **¿Cree que las políticas de la empresa son consecuentes con el tipo de mercado al que pertenece?**

  SI, Bavaria ha implementado muchas estrategias y políticas que respaldan todo los procesos y actividades que realizan. Ya que es una empresa que tiene su público y se dirigen a personas mayores de menores de 18 años (maltas) y mayores de 18 años (cervezas). También tienen una política con el objetivo de satisfacer a los clientes y poder generar más empleos, por tanto, cumplen con las reglas administrativas de la empresa.

- **¿Cree que las estrategias aplicadas por la empresa favorecen el flujo de los productos o servicios que esta produce?**

  Sí, ya que esta empresa cuenta con un proceso logístico muy ordenado y controlado, el cual presenta las etapas y procesos adecuados para la materia prima, la cual se utiliza para la transformación y/o determinación de su producto final. También ofrecen calidad en sus productos, objetivos de calidad y distribución, precio y un plan de marketing que ayuda a su promoción y distribución.

- **¿Qué estrategia diseñaría para fortalecer las políticas de operación de la empresa?**

  Estrategias:

  - ✓ Modernizar la empresa, modernizar los aparatos productivos Maquinaria, equipos, procesos y gestión. No solo por lo tecnológico sino porque es necesario pensar y proyectar hacia un futuro en la empresa.
  - ✓ Innovar en las estrategias de la empresa y esto ayudaría a un mejor modelo de negocio y así aprovechar las alternativas y novedades logísticas.
  - ✓ Capacitar a los usuarios nuevos y a los empleados, hacer recorridos donde muestren su infraestructura y su logística, y así enseñar a personas que están inspirados en emprender y conocer más sus procesos.
  - ✓ Aplicar la administración procesos y no por función, ya que esto traería beneficio en la empresa y los empleados, ya que es mejor tener empleados apasionados por la empresa, para que avance y así mejorar la empresa.

- ✓ Matriz de modelo de negocios, para analizas los aspectos generales dentro y fuera de la empresa.

- **¿Utilizaría la misma estrategia para los mercados nacionales e internacionales?**

  No, ya que se deben tener en cuentas factores más importantes como la distribución, el precio de las materias primas en cada país o estado, la elaboración de los productos, la materia prima, los envases, la exportación e importación.
  Estas son algunas opciones estratégicas de mercados internacionales

✓ Mantener una base de producción nacional (de un país) y exportar los bienes a mercados extranjeros.
✓ Conceder licencias a empresas extranjeras para producir y distribuir sus productos en el extranjero.
✓ Aplicar una estrategia de concesión de franquicias.

Hay que cumplir con bastantes reglas nacionales e internacionales y leyes que establecen en los gobiernos, también las políticas empresariales, que se pueden conocer investigando o haciendo juntas directivas que ofrezcan esta información.

CONCLUSIÓN

De lo anterior, podemos comprender que para conocer una empresa hay que investigar profundamente y que cada empresa tiene sus objetivos y su infraestructura, también aprendemos a analizar las situaciones de cada empresa y plantear nuevas estrategias o usar las mismas estrategias de esas empresas en nuestros futuros proyectos.

Comprendimos el objetivo de este trabajo y entendimos que cada proceso es necesario para el buen funcionamiento de una empresa y que sea eficaz su producción y su producto o servicio final.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ https://prezi.com/ohveicwiysml/estrategias-para-competir-en-los-mercados-internacionales/
- ✓ https://www.bavaria.co/
- ✓ https://gestion.pensemos.com/que-es-la-planeacion-estrategica-y-para-que-sirve