

Resumen

En el presente reporte de caso se desarrolla una planificación estratégica para el Instituto Santa Ana ubicado en el barrio Argüello de la ciudad de Córdoba, con el objetivo de plantear soluciones a la ausencia de competitividad de la institución, basadas en estrategias de diferenciación con el fin de desarrollar ventajas competitivas en el sector educativo. Bajo el sustento teórico que define al plan estratégico como el plan maestro donde la alta dirección recoge las decisiones corporativas para lograr una empresa competitiva, luego de realizar un análisis interno y externo además de un diagnóstico de la empresa, se han definido tres planes de acción que consisten en propuestas de creación de valor para el establecimiento. Es así que la intervención se encauzó en el desarrollo de tres planes de acción que consisten en la incorporación de nuevas certificaciones internacionales de idioma inglés y ejecución de becas, la realización convenios de beneficios con alianzas estratégicas, y la organización de cursos de capacitación docente. De esta manera, se busca como resultado alcanzar el objetivo de incrementar en un 30% los ingresos de la empresa para julio del año 2024.