

F
O
R
M
U
L
A
C
I
O
N
E
S
P
A
R
A
A
R
E
A
S
I
M
P
L
A
N
T
A
C
I
O
N
E
S
C
O
N
T
R
O
L
E
S
T
R
A
T
E
G
I
A
S

SE TRATA DE
DECIDIR CUAL ES
LA ESTRATEGIA
QUE LA EMPRESA
DESARROLLARA

PRODUCCION

Hace referencia a la forma en la que la dirección de operaciones contribuye al logro de los objetivos de la organización.

MERCADOTECNIA

Es el elemento que define y encuadra las líneas maestras de comunicación y comercialización de la empresa, para aprovechar las oportunidades de mercado.

A NIVEL DE
NEGOCIOS

Es un conjunto integrado y coordinado de compromisos y acciones diseñados para ofrecer valor a los clientes y obtener una ventaja competitiva mediante el aprovechamiento de las aptitudes en los mercados de productos específicos.

COMPETITIVAS
DE NEGOCIOS

Se define como el conjunto de acciones ofensivas y defensivas que se ponen en marcha para alcanzar una posición ventajosa, frente al resto de los competidores que se traduzca en la consecución de una ventaja competitiva sostenida a lo largo del tiempo y una mayor rentabilidad

DE
INTEGRACION

Es un tipo mas de estrategia que utiliza la organización para dominar el mercado, de manera que pueda controlar, en lo posible, las amenazas y aprovechar contundentemente las oportunidades.

FORMULARIAREASIMPLICACIONDECONTROL ESTRATEGIAS

SE TRATA DE DECIDIR CUAL ES LA ESTRATEGIA QUE LA EMPRESA DESARROLLARA

- OFENCIVAS
- DEFNCIVAS
- INTERNACIONALES
- ASIGNACION Y CONTROL DE RECURSOS
- DE VENTAJA COMPETITIVA
- AUDITORIA DEL DESEMPEÑO
- DIVERSIFICACION

Es la que pone en practica una empresa para atacar a un competidor que participa dentro del mercado al que se dirige o en el que requiere incursionar.

Es la estrategia que la empresa usa para defenderse de las empresas competidoras.

Hay que dirigirse a estos sectores del mercado internacional al que quiere acceder el negocio para establecer alianzas mercantiles que ayuden a la empresa a su expansión.

Control administrativo mediante el cual se aplica la estrategia a través de sistemas de planificación y controlan la asignación de los recursos.

Consiste en lo que esta haciendo una compañía para tratar de desarmar las compañías rivales y obtener una ventaja competitiva.

Se define como una revisión sistemática, multidisciplinaria, independiente y objetiva. Se enfoca principalmente a la valoración para determinar si su gestión se ha desempeñado en términos de economía, eficiencia y eficacia.

Es cuando una empresa de distribución comercial amplia su negocio a actividades de fabricación.