



Nombre del Alumno: Josue Alfredo Diaz Sanchez

Nombre del tema: Cuadro de importancia

Nombre de la Materia: Administración estratégica

Nombre del profesor: Ronal Salaz

Nombre de la Licenciatura: Administración de empresas.

Cuatrimestre: 7mo

Grupo: "A"

Frontera Comalapa Chiapas

15 de octubre del 2023

Cuadro de importancia

<p>Estrategia de integración</p>	<p>¿Qué es? es un marco donde se toman decisiones sobre la integración y se seleccionan las capacidades adecuadas para satisfacer las necesidades de la empresa.</p>	<p>Es importante porque conecta la funcionalidad y comunicación entre sistemas, lo cual permite a las organizaciones reaccionar rápidamente a las necesidades del negocio y convertirse en empresas más ágiles y con mayor capacidad de respuesta.</p>	<p>Características: Los procesos empresariales clave de una empresa. Estos incluyen los procesos operativos, de gestión y de apoyo. Las áreas funcionales y los equipos de una organización que necesitan coordinar los procesos empresariales. ... El panorama tecnológico de la organización.</p>	<p>El trabajo para desarrollar una estrategia de integración comienza con la evaluación de su capacidad actual, las herramientas y la comprensión de lo que necesita para alinearse con la estrategia de la empresa. Tenemos que valorar los procesos empresariales y priorizar las necesidades de automatización de los sistemas y datos conectados en toda la empresa.</p>
<p>Estrategia intensivas</p>	<p>¿Qué es? Son propias de establecimientos y empresas que venden una gran cantidad de productos</p>	<p>Ejemplo los supermercados, las farmacias o las empresas de cosméticos.</p>	<p>Características: una mayor penetración en el mercado. el desarrollo de nuevos mercados; El desarrollo de nuevos productos. El desarrollo de productos y mercados.</p>	<p>Importancias: permite aumentar las ventas, reducir los inventarios, disminuir los costes y mejorar la satisfacción de los clientes.</p>
<p>Estrategia de diversificación</p>	<p>¿Qué es representa un incremento en el número de sectores industriales en los que la empresa está activa o participa</p>	<p>Ejemplo: una marca de refrescos de menta puede ampliar su gama productiva tras lanzar la misma bebida con sabores a limón, naranja y melocotón.</p>	<p>Tipos de estrategia de diversificación: Diversificación relacionada. Diversificación no relacionada. Diversificación por inversión propia. Diversificación de adquisición total o parcial de una empresa.</p>	<p>Importancia; abrirá las puertas de nuevos mercados y permitirá ofrecer nuevos productos</p>

<p>Estrategias defensivas</p>	<p>Objetivo: reducir la probabilidad de ataque, desviarlo hacia áreas menos amenazadoras y/o reducir su intensidad</p>	<p>Características; no protegen totalmente a la empresa, sino que también sirven para minimizar el riesgo del impacto que puede causar el ataque de la competencia.</p>	<p>¿Cuáles son las empresas defensivas? Son las empresas que ponen en marcha una respuesta ante un ataque de las empresas competidoras que han iniciado una estrategia ofensiva contra otras empresas.</p>	<p>Mecanismos que utilizan las estrategias defensivas Aparición de nuevos productos y servicios en la empresa gracias a la constante innovación y avance tecnológico. Consolidación del mercado Mantenimiento de costes y gastos bajos Extensiones de marca o productos con el fin de cubrir más segmentos de población Guerra de precios y publicidad</p>
<p>Estrategias genéricas de Michael Porter</p>	<p>¿Para qué sirven las estrategias genéricas de Porter? Las estrategias genéricas de Porter son útiles para que las empresas destaquen en su industria o mercado porque estas se enfocan en hallar opciones estratégicas de negocio que les puedan dar una ventaja efectiva en la competencia de un mercado particular.</p>	<p>Aquí algunas de sus ventajas: Las empresas pueden ubicar su posición en el mercado y buscar sus fortalezas para competir. Desarrollan una ventaja competitiva de largo plazo en su mercado. Identifican los recursos y habilidades clave necesarios para competir de manera efectiva.</p>	<p>Cuáles son las estrategias genéricas de Porter Liderazgo en costos. Diferenciación. Enfoque.</p>	<p>Enfoque Esta herramienta busca enfocarse en un segmento de mercado particular, en lugar de tratar de conquistarlo todo. Por lo general, se fija en un nicho concreto en el que la empresa puede destacar porque la idea es ganar cuota de mercado al satisfacer las necesidades y deseos específicos de un grupo de clientes particularmente importante o desatendido.</p>

