

ESTRATEGIAS EN ACCIÓN,
ANÁLISIS Y SELECCIÓN DE LA
ESTRATEGIA

TIPOS DE ESTRATEGÍAS

competitivas (producto y marketing),
funcionales (optimización de
recursos), y corporativas (imagen de
empresa)

Las estrategias pueden clasificarse de
acuerdo con distintos criterios, como
su ámbito de aplicación (estrategias
militares, empresariales, publicitarias,
deportivas, etc.)

ESTRATEGIAS DE INTEGRACIÓN.

buscan lograr eficiencias productivas que
permitan a la empresa ganaren competitividad
y en poder negociador con los proveedores,
distribuidores e incluso con la competencia

Existen tres tipos principales: 1) Integración vertical hacia adelante
para controlar distribuidores, 2) Integración vertical hacia atrás
para controlar proveedores, 3) Integración horizontal para vender
productos similares en más mercados a través de subsidiarias

ESTRATEGIAS INTENSIVAS

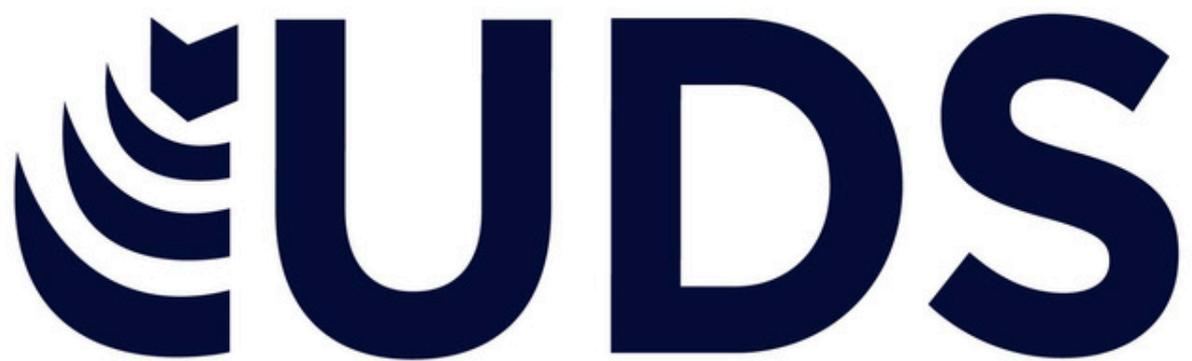
es la venta de productos de consumo rápido,
como bebidas, en una amplia variedad de
puntos de venta (supermercados, tiendas de
conveniencia y quioscos)

es una estrategia que se centra en hacer
llegar un producto al mayor número posible
de consumidores

ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACIÓN

consiste en ampliar el mercado
potencial con el objetivo de
expandirse y alcanzar un mayor
crecimiento

son recursos que favorecen y apoyan el
derecho a recibir una educación de calidad
a través de medios que promueven el
aprendizaje



Mi Universidad

Ensayo

Nombre del Alumno

William Misael Ramirez Lopez

Nombre de la materia

Administración financiera

Cuatrimestre

“7”

Lugar

Comitan De Dominguez