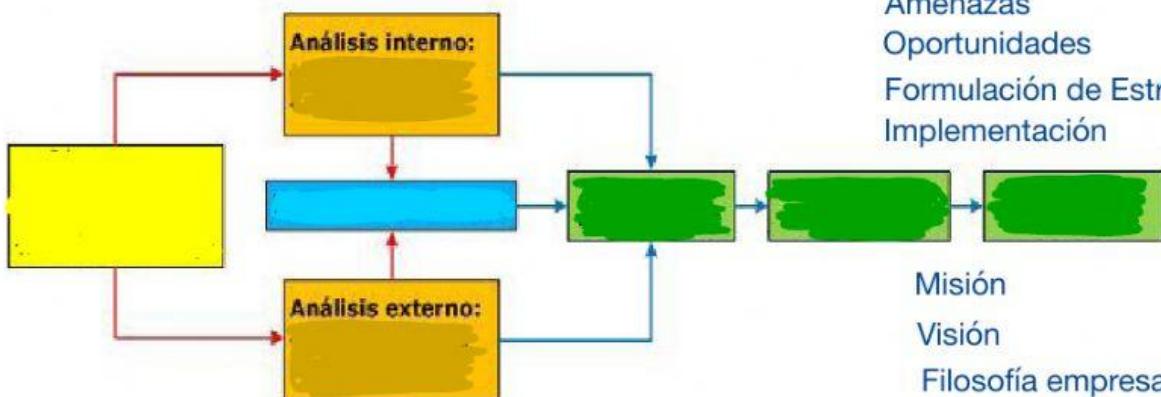




MANUAL AUTOFORMATIVO  
**ADMINISTRACIÓN GENERAL**  
UNIDAD I

Evaluación competitiva  
 Fortalezas  
 Debilidades  
 Amenazas  
 Oportunidades  
 Formulación de Estrategias  
 Implementación  
 Misión  
 Visión  
 Filosofía empresarial  
 Evaluación

### Completa la Gráfica Proceso de planeación estratégica



### 2. Matriz DAFO arrastre según corresponda donde debe de ir



Son las cosas que realiza la empresa bien

Son actividades que la empresa hace y estas tienen errores

Calidad del productos

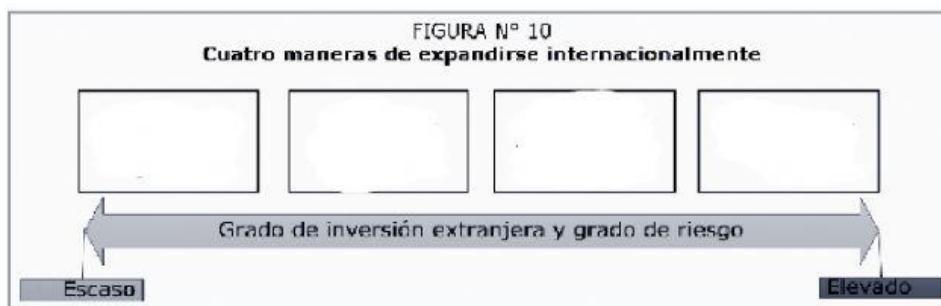
Mala atención al cliente

Tener un proveedor de baja calidad

### 3. De la teoría que tenemos complete el Gráfico que se Muestra

#### 3.1.2. Expansión internacional:

Este, es otro tipo de estrategia que se tomará por la alta gerencia si la organización decide competir en mercados internacionales o si decide tener participación de capitales extranjeros entre la inversión actual. Esta estrategia contempla cuatro posibles variaciones (Figura N° 10), que, como siempre, está vinculada con el grado de riesgo que se decida asumir.



- Una empresa que se dedica a la exportación fabrica sus productos en su país y los vende en el extranjero, sea de manera directa o entregando la distribución a otra organización local. Una empresa que se dedica a la importación vende en su país productos fabricados en el extranjero. Ambos formatos son los que menos riesgo llevan implícitos aunque no por ello los elimina.
- Llamamos licencia al permiso que una compañía extranjera hace u otorga a otra para fabricar y distribuir un producto en su país o región a cambio de una cuota negociada. Mientras que una franquicia es la venta a una organización extranjera de los derechos de usar una marca y de los conocimientos operativos a cambio de un pago total y una participación en las utilidades. Estos formatos de internacionalización llevan mayor grado de riesgo pero contribuye grandemente porque se tiene una marca reconocida como respaldo.
- Esta modalidad, puede adoptar la forma de un contrato escrito entre dos o más compañías para intercambiar recursos o puede dar por resultado la creación de una nueva organización. A esta modalidad la llamamos joint venture o empresa de co-inversión porque dos o más compañías aceptan establecer y compartir la propiedad de una nueva empresa; por lo tanto, todas las partes comparten el riesgo así como las utilidades.
- Esta modalidad opta por las operaciones de producción establecidas en otro país sin ninguna participación directa local; es decir, la empresa que elija esta alternativa deberá llevar sus procesos de producción (su planta de producción) a un país fuera del de origen porque considera que los factores de producción son mucho más baratos comparados a los que tiene en su país de origen. Desde el país donde haya instalado su nueva planta importará el producto terminado, sea como parte de otro producto diferente o sea el producto final, hacia el país de origen para

#### 4. De la teoría que tenemos complete la gráfica

##### 3.1.3. Integración horizontal o integración vertical:

Estas estrategias están orientadas a la expansión pensando en integrar a los proveedores, sea de materia prima o de distribución, y a los competidores (Figura N° 11), veámoslos individualmente.

- En la integración vertical hacia atrás, una organización se convierte en su propio proveedor y así puede controlar sus materias primas e insumos. En la integración vertical hacia adelante, una organización se convierte en su propio distribuidor y es capaz de controlar el abastecimiento a sus clientes.
- Una compañía crece combinándose con sus competidores (Figura N° 12), es decir, la organización debe decidir comprar a su competencia a fin de generar un monopolio, fusionarse dando origen a una nueva organización o eliminarla quitándole la proporción de mercado que maneja.



## 5. Escriba y Complete lo siguiente

### Estrategias genéricas de Michael Porter



Esta estrategia consiste en producir o vender un producto que sea único y original, es decir, vender un producto que logre distinguirse de los productos de la competencia y que a la vez no sea fácilmente imitable. Si una organización logra que el mercado perciba una exclusividad, puede incluso aumentar el precio del producto diferenciando en marca, atributos o características, buen servicio o atención al cliente, rapidez en la entrega, etc, y lograr un mayor ingreso.



Michael Porter: Aportes a la Estrategia

[Ver contenido >](#)

UNIDAD I

ÍNDICE

INICIO

6

Esta estrategia consiste en vender los productos a precios unitarios muy bajos a través de una reducción en los costos. Pero ¿Cómo se logra reducir los costos? Pues existen diversas formas, algunas de ellas son: fabricando productos estándar, produciendo grandes volúmenes, usando economías de escala, haciendo eficiente nuestro acceso a la materia prima, usando nuevas tecnologías, efectuando controles rigurosos en costos y gastos indirectos, creando una cultura de reducción de costos en los trabajadores al realizar funciones de ventas, marketing y publicidad, etc. Con esta estrategia la empresa busca obtener una mayor participación en el mercado(sector), por lo tanto, aumentar sus ventas.

Esta estrategia alinea con la estrategia corporativa denominada de concentración pues busca que la empresa se especialice en un determinado tipo de consumidor y por tanto logre ser más eficiente, por ejemplo: al ofrecer productos que satisfagan sus necesidades o preferencias específicas, o al diseñar estrategias que aprovechen sus características se está desaprovechando varios segmentos del mercado pero la empresa sabe que el segmento exclusivo al que atiende le retorna un gran margen de utilidades.

Aquí concluimos con el primer componente del proceso administrativo denominado y la tarea de "Planificar", lo que viene a continuación es el segundo componente de este proceso administrativo y la tarea de "Organizar"

## 6. De la Organización de la empresa Una según Corresponda

División de trabajo	Es descomponer una tarea compleja en sus componentes, de tal manera que las personas sean responsables de una serie limitada de actividades. La división del trabajo crea actividades simplificadas que se pueden aprender y realizar con relativa velocidad; por lo tanto, fomenta la especialización, pues cada persona se convierte en experta en cierto trabajo.
Departamentalización	Para contestar esta interrogante debemos aclarar algunos conceptos previos como el de Tramo de Control: El tramo de control administrativo significa la cantidad de personas y departamentos que dependen directamente de un gerente específico.
Jerarquía	Es la tarea de agrupar en departamentos aquellas actividades de trabajo que son similares o tienen una relación lógica. Una vez definido qué tareas se llevarán a cabo y quiénes las realizarán, es necesario agrupar las actividades laborales comunes para que el trabajo se realice de manera coordinada e integrada
Coordinación	La coordinación es un proceso que consiste en integrar las actividades de departamentos independientes para alcanzar las metas de la organización con eficacia.

## 7. Relaciones los modelos de organización y arrastre según corresponda

Matricial

Organización funcional

Por producto

Por Mercado

