

Instituto Privado Mixto

“Rafael Arévalo Martínez”



**Nombre del Estudiante: Sheily Yuliana
Vásquez López**

Catedrática: Mayte Escobar

Carrera: Administración de Empresas

Grado: Cuarto

Curso: Administración I

Trabajo: Actividad #2 IV Bloque

Tema: Etapas del Crecimiento de una Empresa

Ciclo Escolar: 2,021

Instituto Privado Mixto
Rafael Arévalo Martínez

Alumna:

Sheily Yuliana
Vásquez López

Grado:

4to. Perito en
Administración

Curso:

Administración I

Catedrática:

Mayte
Escobar

Trabajo:

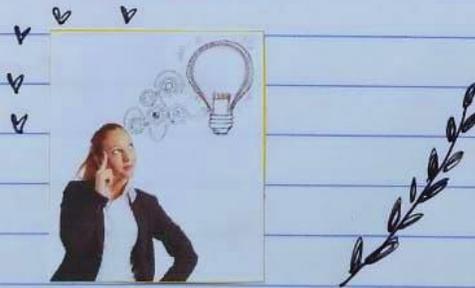
Actividad 2
IV Bloque
Etapas del crecimiento
de la empresa



Etapas del CRECIMIENTO de la EMPRESA

1) La imaginación

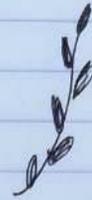
Sueñas cómo será tu empresa, desarrollas planes y defines los aspectos del "start-up". Todavía no hay nada concreto: sólo una visión fuerte y emotiva. Es hora de definir el plan de negocios, el origen de la mercadería (puesta en marcha), los proveedores, la estrategia de comunicaciones, etc.



2) El comienzo

Esta es la etapa de implementación del sueño. Comienzas a desarrollar el negocio y analizas cómo ganar presencia en el mercado. Debes identificar necesidades, captar clientes y

proveedores, reclutar personal y por supuesto, pagar las cuentas.



3) La etapa avanzada

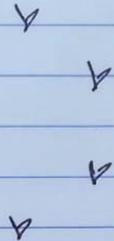
El negocio ya genera ganancias, pero todavía no puede expandirse. Sus operaciones a largo plazo están limitadas por el flujo de caja. Debes conseguir nuevos clientes, pero la presión por el crecimiento genera ansiedad y sobrecarga administrativa.



4) La madurez

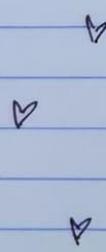
El negocio ya dispone de herramientas de control, de sistema y de metodología. La administración se profesionaliza, pero la

empresa todavía no puede sobrevivir a un crecimiento importante. Es hora de identificar debilidades y definir planes para contingencias.



5) La transformación

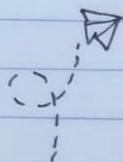
La organización crece siguiendo objetivos claros y gana competitividad a medida que incorpora controles, sistemas y decisiones estratégicas de mercadeo. Sin embargo, se pueden perder oportunidades, a causa de ejecutivos no motivados, o desatención de las necesidades del mercado.



6) Las redes

Se organizan redes de negocios, y se capta personal de alta calidad. Mejora la relación

entre el mercadeo y los clientes, pero la estructura jerárquica es muy rígida. Un riesgo es prometer mucho y hacer poco, malgastando ideas, recursos y personal.



7) La diversificación

La empresa incursiona en nuevos productos y mercados. El negocio se descentraliza: es el momento de las alianzas estratégicas para responder rápidamente al mercado. Debes ser altamente flexible y cuidar los procesos estratégicos tanto como los tácticos.

