



INSTITUTO PRIVADO
RAFAEL AREVALO MARTINEZ

CURSO
ADMINISTRACION

CATEDRATICA
MAYTE ESCOBAR

NOMBRE
ZABDY ANDREA APÉN GARCÍA

GRADO
4TO ADMON

TAREA #2 DE ADMON
LAS 7 ETAPAS DE UNA EMPRESA EN CRECIMIENTO

I.P.R.A.M

Curso: Administración

Catedrática:

Mayra Escobar

Nombre:

Zabdy Andrea

Apón García

Grado: 4to. Admón



Tema: Tarea #2

Las 7 Etapas de una
empresa en Crecimiento.

VIVO

Las 7 Etapas de una Empresa en Crecimiento

1. La Imaginación:

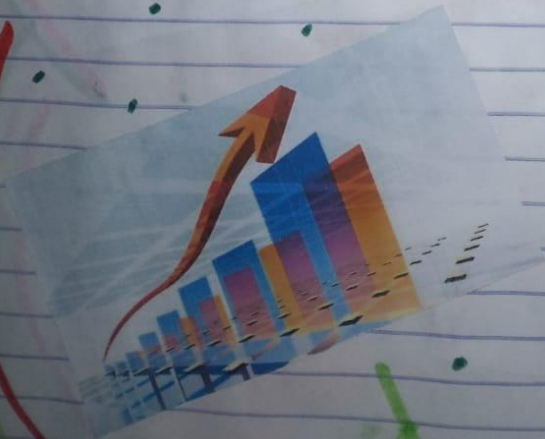
Sueñas como será tu empresa, desarrollas planes y defines los aspectos del "Start-up". Todavía no hay nada concreto: sólo una visión fuerte y emotiva. Es hora de definir el plan de negocios, el origen de la mercadería (puesta en marcha), los proveedores, la estrategia de comunicaciones, etc.



VIVA

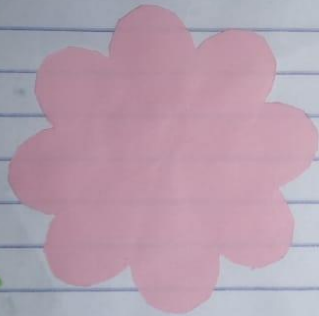
2. El Comienzo

Esta es la etapa de implementación del sueño. Comienzas a desarrollar el negocio y analizas como 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 una sobre carga administrativa.



VIVO

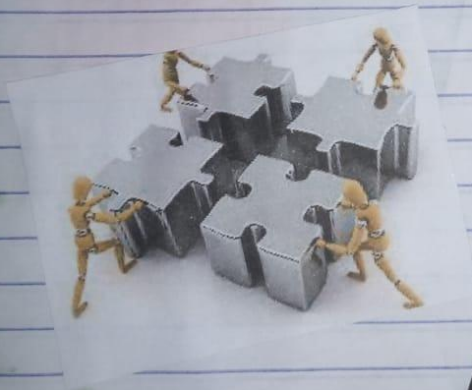
4. La Madurez

El negocio ya dispone de herramientas de control, de sistemas 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 mercado. Sin embargo, se pueden perder oportunidades, a causa de ejecutivos no motivados, o desatención de las necesidades del mercado.



VIVE

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 promover mucho y hacer poco, malgastando ideas, recursos y personal.



7. La Diversificación

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



VIVO