

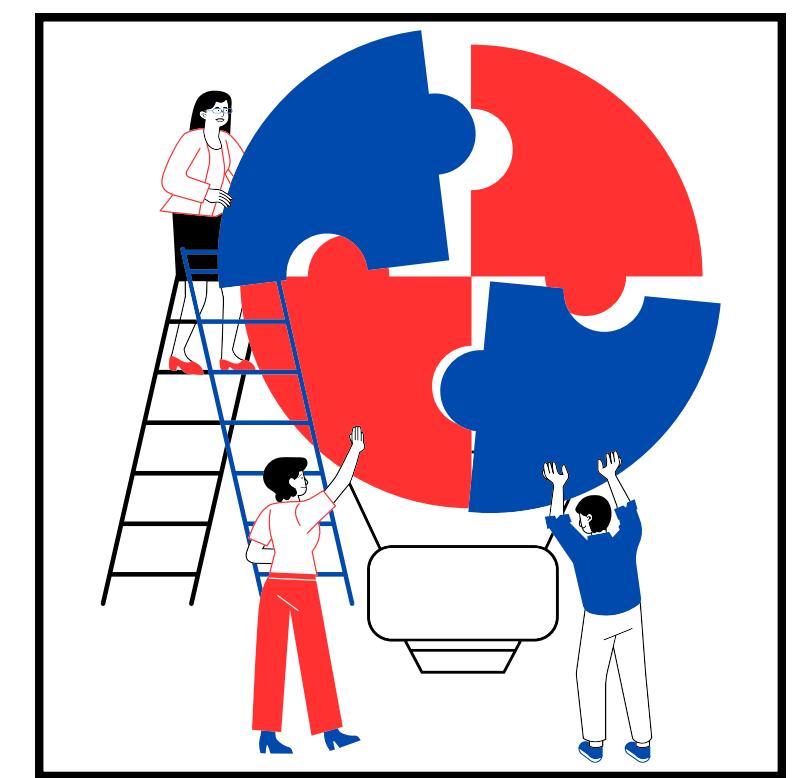
1. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL GRUPO



Lee Byung-Chull fue quien inició en 1938, la comercialización y exportación de pescado seco y frutas. En 1953, se dió paso al sector textil y en los años 60 a la creación tecnológica, electrónica y de semiconductores. A partir de 1970, se avanzó en la industria pesada y en 1980 se logró el reconocimiento en data systems e ingeniería aeroespacial. Posterior a la división del conglomerado en 1986, el actual Samsung Group ha ganado protagonismo en la esfera mundial, con más de 30 filiales en diversos sectores.

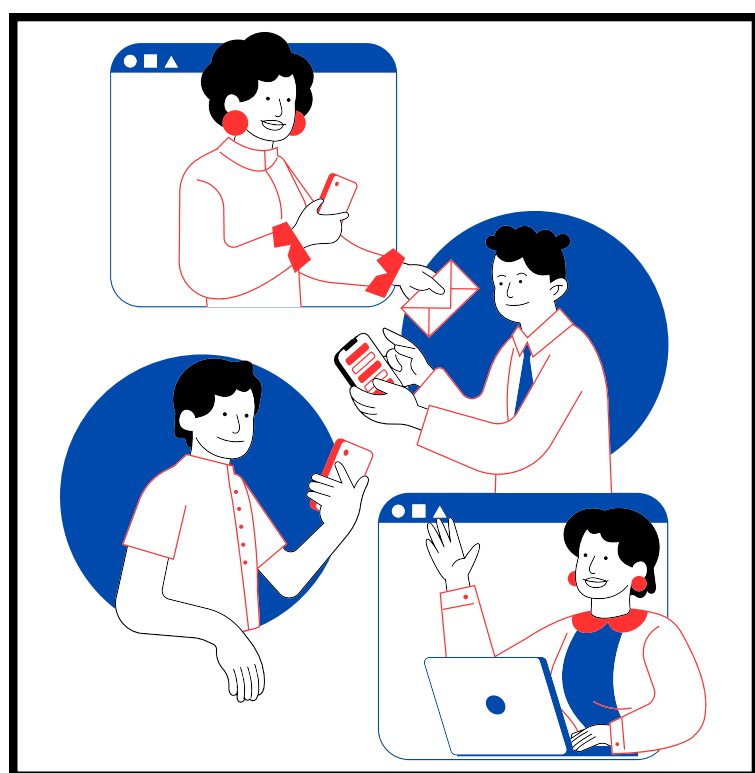
2. PAPEL DE LAS HEAVY INDUSTRIES

El negocio de la construcción naval y la ingeniería civil es altamente reconocido en el escenario internacional, gracias a la alta innovación y variedad de productos, adaptados a diferentes mercados.



3. EXPANSIÓN Y DIVERSIFICACIÓN

Se aplican estrategias de integración vertical y horizontal, basándose en la producción a gran escala y juntando las competencias desarrolladas por todas las empresas. Del mismo modo, la financiación y el apoyo gubernamental son fundamentales para el alcance global, la credibilidad y la ampliación del catálogo de productos y servicios.



4. GOBIERNO Y CULTURA CORPORATIVA

Los valores organizacionales son determinantes para entender las prácticas organizacionales de las afiliadas. Éstos son: las personas como factor crucial, la excelencia como vía de fidelización, el cambio y reactividad como ventaja competitiva, la integridad como honestidad y la co-prosperidad como compromiso social. Sin dejar de lado, la alta centralización y las rigurosas cadenas de mando.



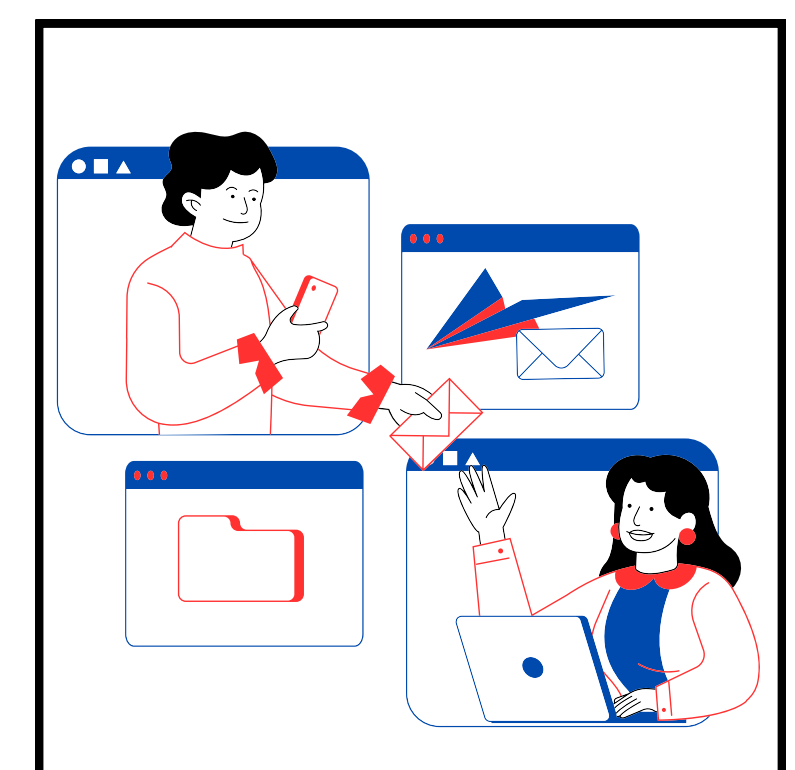
5. CAPITAL FINANCIERO E INDUSTRIAL

Compuesto inicialmente por los préstamos e incentivos del gobierno durante la primera etapa de industrialización, el grupo trabaja en el sector de seguros y esto le ha permitido un control parcial del sistema financiero.



6. REDES DE PRODUCCIÓN

El outsourcing y la integración vertical en las afiliadas ha hecho posible ganar experiencia en diferentes ámbitos y disminuir costos.



7. ESTILO DE INTERNACIONALIZACIÓN

El conglomerado ha logrado estandarizar los productos y servicios, para adaptarlos a las necesidades culturales y aprovechar las ventajas de cada país.

