

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

LICENCIATURA EN CONTADURIA PUBLICA

7° CUATRIMESTRE

MATERIA: ADMINISTRACION DE ESTRATEGICA

TITULO: POSICIONAMIENTO COMPETITIVO

CATEDRATICO: EZEQUIEL LOPEZ HERNANDEZ

NOMBRE: LUIS CRESENCIO MOLINA DIAZ

Posicionamiento competitivo para lograr un desempeño superior: diferenciación amplia

La actualidad, muchas de las empresas más exitosas en una industria han encontrado modos para lograr este objetivo.

en

Aunque tengan costos más elevados que los líderes de su sector y aunque ofrezcan un producto menos diferenciado que los diferenciadores, han conquistado una posición competitiva que les permite ofrecer a sus clientes tanto valor como sus rivales y a veces más.

las

Compañías que han formulado e implantado estrategias de negocios que les permiten llegar a esta posición central, de diferenciación amplia, al paso del tiempo representan amenazas serias para los diferenciadores y los líderes en costos por igual.

A medida que acumulan ventaja competitiva, quedan en posición de ofrecer a sus clientes más y más valor por su dinero, lo que significa que desplazan hacia la derecha la frontera de la creación de valor y sacan a sus competidores.

Administradores siempre deben tratar de encontrar los medios de reducir los costos en esta época de intensa competencia global, en la que pueden aparecer nuevas compañías (enfocadas) con alguna ventaja de diferenciación o costo y aprovecharla para convertirse en el competidor dominante.

los

Por lo tanto

Una compañía que puede combinar las estrategias necesarias para alcanzar de manera exitosa liderazgo en costos y diferenciación desarrollará el modelo de negocios más rentable en su industria.

Las compañías que tratan de lograr el liderazgo en costos aplican estrategias y un modelo de negocios diferente a los de una empresa.

para

Cada modelo de negocios es una ruta hacia un desempeño y una rentabilidad superiores.

Posicionamiento competitivo y grupos estratégicos

Competencia en una industria es dinámica. Nuevos acontecimientos como:

- 1) innovaciones tecnológicas que permitan aumentar la diferenciación de los productos.
- 2) identificación de nuevos grupos de clientes y segmentos de mercado.
- 3) los descubrimientos continuos de nuevas maneras de implantar el modelo de negocios para reducir la estructura de costos modifican constantemente las fuerzas competitivas que operan en una industria.

Compañías con alto desempeño obtienen ganancias cuando se posicionan en forma competitiva para perseguir una diferenciación amplia.

El análisis de grupos estratégicos obliga también a los administradores a concentrarse en las actividades de compañías de otros grupos estratégicos, les ayuda identificar las nuevas amenazas de firmas que están fuera de su grupo estratégico, como cuando una empresa enfocada concibe un modelo de negocios que genera cambios completos en toda la industria.

Análisis de grupos estratégicos consiste en identificar y clasificar los modelos de negocios y las estrategias que los rivales de la industria tratan de aplicar. De esta forma los administradores pueden determinar qué estrategias tienen éxito y cuáles no, y por qué determinado modelo de negocios funciona o fracasa.

Modelo de negocios de una compañía determina cómo competirá por los clientes que componen un segmento, mercado o industria y por lo regular varias compañías contienden por los mismos clientes.

Que las estrategias empresariales que persigue una compañía afectan las estrategias de las otras y, con el tiempo, las empresas que compiten por los mismos clientes se convierten en rivales trabados en una lucha competitiva.

la

como

el

el

Significa

las