



**Nombre de alumnos: ODALIS MENDEZ
LOPEZ**

**Nombre del profesor: LIC. RONAL SALAZ
PEREZ**

**Nombre del trabajo: MAPA CONCEPTUAL
UNIDAD 3 Y 4**

Materia: ADMINISTRACION ESTRATEGICA

Grado: 7° CUATRIMESTRE

Grupo: "B"

FRONTERA COMALAPA, CHIAPAS, A 7 DE DICIEMBRE DEL 2020.

ANÁLISIS INTERNO: COMPETENCIAS DISTINTIVAS, VENTAJA COMPETITIVA Y RENTABILIDAD

SE CONFORMA

SUBTEMAS

3.1 VENTAJA COMPETITIVA

3.3 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA VENTAJA COMPETITIVA

3.4 ANÁLISIS DE LA VENTAJA COMPETITIVA Y LA RENTABILIDAD

3.6 CREACIÓN DE UNA VENTAJA COMPETITIVA MEDIANTE UNA ESTRATEGIA FUNCIONAL

3.6.5 ESTRATEGIA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO Y EFICIENCIA

ES
Cuando su rentabilidad es mayor que el promedio de las otras empresas

ES
Son producto de las competencias distintivas de la compañía

ES
La medida clave del desempeño financiero de una compañía es su rentabilidad

ES
A mejorar la eficacia de las operaciones de una compañía

ES
Para ayudar a la compañía a alcanzar mayor eficiencia y reducir la estructura de costos

COMPETENCIAS DISTINTIVAS

LOS ELEMENTOS SON:

CONTIENE
El ROIC se define como las utilidades netas sobre el capital invertido

3.6.1 EFICIENCIA Y ECONOMÍAS DE ESCALA

3.6.6 ESTRATEGIA DE RECURSOS HUMANOS Y EFICIENCIA

SE BASA
Que le permiten diferenciar sus productos y lograr costos

EFICIENCIA:
es la cantidad de insumos que se requieren para fabricar

3.5 DURABILIDAD DE LA VENTAJA COMPETITIVA

SON
Reducciones de costos unitarios cuando se producen grandes volúmenes

SON
Es diseñar los medios para aumentar la productividad de los empleados

FUENTES COMPLEMENTARIAS

LA CALIDAD COMO EXCELENCIA Y CONFIABILIDAD

CONTIENE
FACTORES

3.6.2 EFICIENCIA Y EFECTOS DE APRENDIZAJE

TIPOS DE ESTRATEGIA

SON
RECURSOS
Capacidades

ES
Aumenta la utilidad que obtiene un consumidor por un producto

SON
Barreras que impiden la imitación:
Naturalmente, los competidores tratarán de detectarla e imitarla

ES
Son ahorros de costos que provienen de aprender en la práctica

*Estrategia de contratación

Capacitación de los empleado

3.2 LA CADENA DE VALOR

INNOVACIÓN

capacidad de los competidores:
una compañía asume un compromiso estratégico

3.6.4 MANEJO DE MATERIALES, ENTREGA JUSTO A TIEMPO Y EFICIENCIA

3.6.7 SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y EFICIENCIA

ES
Todas las funciones de una compañía como producción, mercadotecnia

ES
Proceso que se lleva a cabo para crear nuevos productos

DINAMISMO INDUSTRIAL

ES
Abarca las actividades necesarias de insumos y componentes a un centro de producción

ES
Ocupa el centro del escenario en la búsqueda de eficiencias operativas

ACTIVIDADES PRINCIPALES

CAPACIDAD DE RESPUESTA A LOS CLIENTES

ES
Las que tienen una tasa elevada de innovación de productos

CONTIENE
Mejorar la eficiencia de la función de manejo de materiales requiere adoptar un sistema

3.6.8 INFRAESTRUCTURA Y EFICIENCIA

SON
Investigación y desarrollo, producción, mercadotecnia y ventas, y servicio a clientes

ES
Mejorar la calidad de los productos de una compañía

ES
Llevan a cabo todas las demás actividades de creación de valor

CREACIÓN DE UNA VENTAJA COMPETITIVA MEDIANTE UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

SE CONFORMA

SUBTEMAS

4.1 POSICIONAMIENTO COMPETITIVO Y MODELO DE NEGOCIOS

ES

Deben elegir una serie de estrategias de negocios que funcionen

CONTIENE

DECISIONES

SON

- 1) las necesidades de los clientes
- 2) grupos de clientes
- 3) competencias distintivas

4.1.1 FORMULACIÓN DE NEGOCIOS: NECESIDADES DE LOS CLIENTES Y DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTO

ES

Son los deseos, gustos o antojos que se pueden satisfacer

CONTIENE

DOS FACTORES

- 1-La forma en que un producto se diferencia de otros
- 2. Su precio

CONTIENE

UNA VENTAJA

Cuando crea, fabrica y vende un producto de tal forma que satisfice

4.1.2 FORMULACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS: GRUPOS CLIENTES Y SEGMENTOS DE MERCADO

ES

Conjuntos de personas que comparten una necesidad semejante por un producto

CONTIENE

TRES PLANTEAMIENTOS SOBRE LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO

ES

La forma en que una compañía decide agrupar a los clientes

FORMA

MÉTODOS

- Tomar la decisión
- Reconocer las diferencias
- podría elegir dos segmentos

4.1.3 IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS: CREACIÓN DE COMPETENCIAS DISTINTIVAS

ES

Decidir cómo invertir el capital para generar y dar forma a las competencias distintivas

CONTIENE

Estrategias funcionales necesaria para crear una diferenciación exitosa

4.2 POSICIONAMIENTO COMPETITIVO Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

ES

Las decisiones de posicionamiento competitivo que toman los administradores estratégicos

POSICIONAMIENTO COMPETITIVO: ESTRATEGIAS EMPRESARIALES GENÉRICAS

ES

conjunto de estrategias empresariales para ajuste a sus opciones de diferenciación

LIDERAZGO EN COSTOS

se basa en hacer lo posible por reducir su estructura de costos para producir y vender

4.3 DINÁMICA DEL POSICIONAMIENTO COMPETITIVO

SE BASA

Les permiten llegar a esta posición central, de diferenciación amplia

CONTIENE

UN RESULTADO

Aumentan constantemente su participación de mercado y su rentabilidad

4.1.3 IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS: DE COMPETENCIAS DISTINTIVAS

ES

los actos de sus rivales, desaparecer su ventaja competitiva y su capacidad de lograr ganancias

CONTIENE

NUEVOS ACONTECIMIENTOS

SON

- 1) innovaciones
- 2) identificación de nuevos grupos de clientes
- 3) el descubrimiento continuo

MODELO DE NEGOCIOS

ES

Determina cómo competirá por los clientes que componen un segmento

FORMA

La meta es ser la compañía que alcanza o desplaza la frontera de valor

Las empresas de una industria que compiten por ser líderes en costos forman un grupo estratégico