



**Nombre del alumno: DANIELA DIAZ  
LOBOS**

**Nombre del profesor: MYREILLE  
RODRIGUEZ**

**Nombre del trabajo: ENSAYO**

**Materia: ADMINISTRACION  
ESTRATEGICA**

**PASIÓN POR EDUCAR**

**Grado: SEPTIMO CUATRIMESTRE**

# **ENSAYO DE LA CREACIÓN DE UNA VENTAJA COMPETITIVA MEDIANTE UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS**

## **Introducción**

En el siguiente documento abarcare sobre como las empresas hacen planes para poder salir sobre la competencia, el contar con un plan empresarial definido ya que así la empresa se puede adaptar a los cambios constantes del mercado, dependiendo de cada cliente, y de las metas u objetivos.

## **Posicionamiento competitivo y modelo de negocios**

Este es el primer paso ya que como empresa uno debemos de definir la meta por el cual el camino a elegir, es decir, como empresas debemos de definir el rumbo del mercado, la mejor forma es conocer tu mercado y el tipo de cliente. Debemos de elegir una serie de estrategias que sean compatibles con la empresa; después se analizará aún más el mercado, por ultimo debemos de enfocarnos en saber lo que nos conviene, cuales son nuestros competidores, nuestras defensas por decirlo así, y nuestro plan de marketing

## **Formulación de modelo de negocios**

Todo depende de las necesidades de los clientes como los deseos, gustos o antojos que se pueden satisfacer mediante los atributos o características de un producto, un bien o un servicio. Todo se dirige hacia 2 cosas: las necesidades y el precio, y es allí donde rige las diferencias, algunas empresas dan un precio más bajo que otras y es allí donde los clientes compran lo barato. La diferenciación de producto es el proceso de diseñar productos para satisfacer las necesidades de los clientes. Una compañía obtiene una ventaja competitiva cuando crea, fabrica y vende un producto de tal forma que satisface mejor las necesidades de los clientes que sus rivales. Aquí es donde entran en juego los cuatro componentes básicos de la ventaja competitiva, si bien la decisión de una compañía de lograr uno o más de ellos determina su método de diferenciación del producto.

## **Implantación del modelo de negocios**

Esto es como recapitular ya que se determina el precio, ya que todo parte de una idea, de una estrategia vaya que den como resultado un modelo de negocios rentable depende de la capacidad de los administradores estratégicos para implantar su modelo de negocios, es decir, elegir las estrategias para crear productos que ofrezcan a los clientes el mayor valor, al tiempo que la empresa mantiene viable su estructura de costos

## **Posicionamiento competitivo y estrategias empresariales**

El posicionamiento se utiliza para diferenciar el producto y asociarlo con los atributos deseados por el consumidor. Para ello se requiere tener una idea realista sobre lo que opinan los clientes de lo que ofrece la empresa y también saber lo que se quiere que los clientes objetivo piensen de nuestra oferta y la de los competidores. Por lo general la posición de los productos depende de los atributos que son más importantes para el consumidor meta

### **Dinámica del posicionamiento competitivo**

La competitividad de una empresa es lo que hace que el cliente prefiera sus productos y los compre. La esencia de la competitividad es la creación del valor. La estrategia de renovación comienza por abonar el terreno, es decir crear las condiciones necesarias que permitan planificar el futuro tanto de la nación como de las empresas en un contexto previsible que no siempre es estable. Hay que renovar primero, para poder forjar la competitividad. No hay competitividad posible sin mercados competitivos. Este año que ha pasado ha hecho que las organizaciones evolucionen y con ello las habilidades y características que el nuevo entorno empresarial demanda de los directivos.

### **Conclusión**

Para posicionarse es de base tener el modelo de negocios pues este servirá para poder competir con los clientes del mercado, es decir, la competencia es con las demás empresas por los clientes, esto quiere decir que, las estrategias empresariales nos convierten en una empresa y en otra como rivales. cada empresa tiene un área específica donde la labor es esa la de vigilar a otras empresas y surgen grupos estratégicos, que aplican un modelo de negocios semejante. Las empresas de una industria que compiten por ser líderes en costos forman un grupo estratégico; todas las que tratan de lograr alguna ventaja de diferenciación sobre las otras y las que han establecido una estrategia de diferenciación amplia constituyen otro grupo estratégico.

### **Referencia**

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/files/asignatura/8d9b14c350676b6339b4d4ec814024a5.pdf>