

ENSAYO



NOMBRE: Galilea Espinosa Sánchez.

GRADO: 7mo

GRUPO: A

MATERIA: Administración estratégica

TRABAJO: Ensayo

TEMA: CREACIÓN DE UNA VENTAJA COMPETITIVA
MEDIANTE UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

INTRODUCCIÓN.

Actualmente el entorno empresarial cada vez es un mundo más competitivo y difícil de establecerse por lo que diversos estudios con respecto al tema han dado paso a una evolución de procesos administrativos, en donde se tiene un control más grande de información que nos ayuda a la toma de decisiones de una manera lógica y no de manera aleatoria como en muchos casos anteriormente, es por esto que con la creación de una empresa es necesario idear un modelo y plan de negocios correctamente estructurado ya que este decidirá si tendremos éxito y nos servirá de guía para las estrategias que se tomen.

Para comenzar, es necesario definir la idea y el giro del negocio que se va a establecer, este factor se encuentra ligado con el conocimiento y estudio del mercado que como ya vimos en diversas materias anteriormente nos permitirá saber que, quien y cuáles son las necesidades de los clientes para saber que opciones de negocio son factibles y cuales es mejor descartar.

DESARROLLO.

Antes de establecer un modelo de negocios se debe tener en cuenta una serie de factores que nos aseguren que la idea se establezca y sea viable. Hay dos decisiones claves que determinaran el modelo de negocios que llevaremos con la creación de nuestra organización, el primero de estos será decidir entre los dos factores en los que depende la preferencia de un producto sobre otro, estos factores son el precio y las características del producto (calidad, tamaño, diseño, etc.), la decisión que se tome dará paso a permitirnos idear parte de la ventaja competitiva que tendremos el cual es el objetivo que buscamos.

La importancia de una ventaja competitiva es vital dentro de la creación de nuestro modelo de negocios, ya que no solo nos permitirá atraer clientes y distinguirnos de los competidores, si no que a su vez puede traer consigo una serie de oportunidades para financiamientos, ya sea al inicio para su establecimiento o en un futuro para su crecimiento.

La segunda decisión importante es decidir al mercado al que vamos a dirigir nuestros productos, para esto hay tres factores a tomar en cuenta a la hora de realizar una segmentación de mercado, el primero es definir el precio para así poder distinguir a los clientes que pueden adquirir nuestro producto, luego la clasificación de los clientes en base a sus necesidades y finalmente en cuál de los segmentos vamos a competir.

La segmentación del mercado puede darse de diferentes maneras, por lo que es necesario conocer cada una de las opciones para elegir la que mejor se adapte para nuestro producto y el giro que queramos darle a nuestro modelo de negocios, existen tres métodos principales de segmentación, uno reconocer ninguno de los grupos y estandarizar nuestro producto para el cliente promedio, otro método puede ser diferenciar cada grupo y adaptar el producto para que cubra las necesidades de la mayoría de segmentos, y finalmente existe es como una especialización en donde nuestro producto solo es dirigido a uno o dos segmentos.

Una vez tomada esos dos puntos clave es momento de establecer los factores que apoyaran nuestro modelo de negocios, dentro de este paso se establece la manera en la que se va a invertir el capital para dar forma a las competencias distintivas para crear una ventaja competitiva que se basara en eficacia, calidad, innovación entre otros. Sin embargo es necesario tener en cuenta un factor, tal como se menciona en la antología escolar *“la decisión de aumentar la diferenciación de un producto también incrementa la estructura de costos y da como resultado un costo unitario mayor”* por lo que tenemos que tener en cuenta dentro de nuestros costos.

Para determinar un modelo de negocios exitosos es tarea de nosotros los administradores el crear estrategias que aseguren la preferencia de nuestro producto, aquí es donde entran los dos factores clave mencionados anterior mente, ya que con eso se puede elegir entre algunas de las estrategias, una de estas estrategias es la de liderazgo en costos, que se basa tal como su nombre lo especifica en vender a un precio menor que el de los competidores, luego está el liderazgo en costo enfocado, en donde se toman los segmentos que escogimos y en base a eso es necesario reducir la estructura de costos para así vender a un precio menor al de los competidores en ese sector, luego de igual manera están las estrategias por diferenciación las cuales está ligada con el factor de las características del producto y buscar la manera o el factor que causa esa diferenciación, la diferenciación enfocada se da de igual manera que la de liderazgo enfocado, en donde se busca la diferenciación de nuestro producto con los competidores del sector al que nos dirigimos.

CONCLUSIÓN.

Para concluir mi análisis de esta unidad quiero resaltar la importancia de crear un modelo de negocios que se adapte al entorno en el que nos desempeñamos, en donde de yo remarcaría más la eficacia de la estrategia en liderazgo en costos que a mi parecer es la estrategia más viable, tal como recordamos en México el porcentaje medio bajo predomina por lo que crear y orientar nuestro giro a ese segmento nos dará una mayor oportunidad de venta, además de que al crear un producto que cumpla con las necesidades promedio se crea una oportunidad de venta a un mercado mayor. De igual manera la creación de la estrategia y la ventaja competitiva no es suficiente sino que a su vez es necesario tener un buen posicionamiento competitivo tanto para lograr un desempeño superior, como de grupos estratégicos. Estos consisten básicamente en la adaptabilidad y la capacidad de respuesta que tengamos contra la llegada de nuevos competidores (desempeño superior) como de un problema más general como problemas en el entorno que afecten de igual manera a todas las empresas (grupos estratégicos), un ejemplo clave de estos casos se puede observar con la pandemia en la que lidiamos actualmente, un caso más aterrizado podría ser el 500 noches, en donde su ventaja competitiva era su ambiente, sin embargo con esta pandemia y al no percatarse de que perdieron su ventaja competitiva se le hizo imposible competir con las demás empresas existentes y que surgieron de nueva creación, probando la manera en la que estos factores (producto, mercado, posicionamiento) se encuentran ligados y que sin la existencia de uno, nuestro modelo de negocios no se desempeñara en su totalidad.