



**Lic. Administración y estrategias de negocios**

**Nombre del alumno: Carlos Daniel Rodríguez Galindo**

**Nombre de la profesora: Myreille Eréndira Rodríguez Alfonso**

**Nombre del trabajo: ENSAYO**

**Materia: Administración Estratégica**

**Grado: 7mo Grupo: U**

## **INTRODUCCIÓN**

Este ensayo es elaborado con la finalidad de cumplir y aprender de mano de la materia de Administración Estratégica y tratado de abordar con mis propias palabras a fin de demostrar lo aprendido.

Abordando la actualidad de las empresas que se enfrentan ante grandes desafíos, los cuales van más allá de cuánto costará y de cuanta calidad será su producto a ofrecer, entre muchas otras cosas.

Los mercados se han globalizado de manera acelerada y los clientes demandan que sus exigencias sean satisfechas rápidamente.

Para ello las empresas necesitan de estrategias para poder aumentar la calidad de sus productos, incrementar la productividad, reducir costos, etc.

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

Cuando hablamos de ventaja competitiva nos referimos a estrategias que funcionan de manera ofensiva o defensiva para crear una posición competitiva de la empresa. Esto postulado por el economista Michael Porter.

La finalidad de elaborar estrategias es que esa ventaja competitiva se sustente, generando una rentabilidad superior y aumento en ganancias.

Funcionan de ajuste a sus opciones de costos y fijación de precios, lo que permite posicionarlos en el mercado ya que las empresas están tratando de hacer todo para todos.

Muchas empresas no le dan importancia a esta parte, de ser estrategas, por eso aunque hoy sean líderes en el mercado, mañana es posible que no lo sean.

Una empresa debe crear objetivos claros, estrategias y operaciones para construir una ventaja competitiva sostenible.

Para los administradores, se les asigna una tarea, que es el mejorar el posicionamiento competitivo, esto con la finalidad de crear un modelo de negocios exitoso.

Las empresas generan una ventaja competitiva a través de la innovación, calidad, confiabilidad, cosa que ha evolucionado, antes se cuestionaban dos factores ofreció costo u ofreció calidad pero los clientes han evolucionado y se volvieron más exigentes, más demandantes, y tienen mucho más para elegir. Piden calidad y precio, piden servicio y plazos de pago, piden variedad y rapidez.

Por ende, deben abarcar 3 puntos importantes, pero no sin antes definir su negocio, donde esas 3 decisiones son:

1. Descubrir cuáles son las necesidades de los clientes o qué debe satisfacerse
2. Identificar los grupos de clientes o a quién debe satisfacerse
3. Generar competencias distintivas o cuáles las necesidades deben satisfacerse

Antes de continuar me gustaría definir *¿Qué es un modelo de negocio?... Un modelo de negocio es una herramienta previa al plan de negocio que te permitirá definir con claridad qué vas a ofrecer al mercado*

Como empresa la finalidad de creación es ofrecer un producto/servicio a la sociedad, pero para poder lanzarlo hay varios pasos, como un proceso de estandarización para que el producto cumpla con requisitos de calidad, también la generación de proyectos y programas, establecer cursos de acción, y alternativas de solución.

En fin, son muchas cosas o factores que determinan que ese deseo de la empresa de vender un producto sea realmente exitoso y no sea un rotundo fracaso

El modelo de negocio eso permite, el cómo lo vas a hacer, a quién se lo vas a vender, cómo se lo vas a vender y de qué forma vas a generar ingresos.

Ahora bien, antes mencione que hay 3 áreas por cubrir y pasaré a definir.

### 1. Las necesidades de los clientes o qué debe satisfacerse

¿Qué son esas necesidades de los clientes? Son los deseos, gustos o antojos que un producto les puede suplir.

La satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente constituyen la base del éxito de una empresa, donde el Marketing juega un papel muy importante en cuanto lo que se ofrecerá al cliente sea bien visto, le llame la atención.

Las necesidades existen. Y es donde entra en juego lo que comente del Marketing, porque es la mercadotecnia y la publicidad lo que te dan opciones para cubrir esa necesidad

### 2. Los grupos de clientes o a quién debe satisfacerse

Estos clientes a los que nos referimos en el mercado tienen que organizarse por grupos para poder llegar a ellos de la manera correcta, es ahí donde entra la segmentación del mercado.

La Segmentación de Mercado trata de identificar grupos de clientes con necesidades y motivos de compra muy similares, dentro de un mercado relevante, con condiciones como el ser fácilmente identificables, con un potencial de compra medible, accesibles, etc.

### 3. Competencias distintivas o cuáles las necesidades deben satisfacerse

Las competencias distintivas son las que permite a la empresa diferenciarse de las demás permitiendo tener un desempeño superior.

## **Conclusión**

Como se mencionó en el ensayo, las empresas tratan de hacer todo para todos, donde el reto es sumamente difícil, pero una tarea que los administradores en estrategias de negocios deben afrontar. Es difícil hacer todas las cosas bien.

Recordemos que una ventaja competitiva distingue a una compañía de sus competidores. Contribuye en los precios, más clientes y lealtad a la marca. Establecer dicha ventaja es uno de los objetivos más importantes de cualquier empresa.

## **Bibliografía**

- Charles W. L. Hill et al (2011). Administración estratégica. Octava edición. México: Mc Graw Hill.
- David, Fred (2009). Conceptos de administración estratégica. México: PEARSON
- Eduardo, Bueno (2010). Dirección estratégica. México: Ediciones Piramid