



PASIÓN POR EDUCAR

**Nombre de la alumna: Angélica Figueroa
García**

**Nombre del profesor: Myreille Eréndira
Rodríguez**

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Administración estratégica

Grado: 7mo Cuatrimestre

Grupo: Único

Comitán de Domínguez Chiapas a 04 de diciembre del 2020.

Creación de una ventaja competitiva mediante una estrategia de negocios

Introducción: La creación de una ventaja competitiva mediante una estrategia de negocios es un tema de mucha importancia para nosotros como administradores, lo que nosotros tenemos que lograr es ser una empresa fuerte, sólida y siempre preparada, por ello lo clave es contar con esta, ya que así podríamos decir que estamos siempre encima de nuestros competidores y en cualquier circunstancia que pueda presentarse estar listo para contraatacarla, por ello en este ensayo hablare acerca del posicionamiento de los modelos de negocios, cómo deben ser formados, su implantación, y la dinámica, con todo esto lograremos comprender cómo podemos y debemos aplicarlo, obteniendo así los resultados deseados para nuestra organización.

Desarrollo: Para crear un modelo de negocios exitoso, los administradores deben elegir una serie de estrategias de negocios que funcionen en conjunto para dar a su compañía una ventaja competitiva sobre sus rivales; es decir, deben mejorar el posicionamiento competitivo. Para diseñar un modelo de negocios exitoso, las compañías primero deben definir su negocio, lo cual abarca decisiones sobre 1) las necesidades de los clientes o qué debe satisfacerse, 2) grupos de clientes o a quién debe satisfacerse y 3) competencias distintivas o cuáles son las necesidades de los clientes que deben satisfacerse.

Es necesario que nosotros logremos conocer las necesidades de nuestros clientes para así cumplirlas y sigan con nosotros, estas necesidades son los deseos, gustos o antojos que se pueden satisfacer mediante los atributos o características de un producto, un bien o un servicio y además existen dos factores muy importantes que determinan el producto que elige un cliente para satisfacer estas necesidades, los cuales son: 1. La forma en que un producto se diferencia de otros de su tipo de manera que sea atractivo para los clientes y 2. su precio.

La segunda elección principal que implica la formulación de un modelo de negocios exitoso es decidir qué tipo de productos se ofrecerá a qué grupos de clientes, porque de esta manera sabemos a quienes nos estamos dirigiendo, dividiendo nuestro mercado y así darles un trato mucho más especializado, es necesario saber que éstos son los conjuntos de personas que comparten una necesidad semejante por un producto en particular, por ejemplo si nosotros vendemos perfumes sabemos que están de cierto modo segmentados entre los de marca, los clones o gama media y los bajos, si nosotros cubrimos todos estos rangos en nuestra organización lograremos obtener mayores ganancias, así como un mayor reconocimiento.

Es necesario también que tengamos presente que existen tres planteamientos sobre la segmentación del mercado que es de lo que mencionaba anteriormente, en primer lugar, la compañía podría tomar la decisión de no reconocer la existencia de segmentos del mercado y hacer un producto dirigido al cliente promedio o usual, aunque considero que esto nos limitaría bastante, en segundo, la compañía se decide por reconocer las diferencias entre los grupos de clientes y elabora un producto cuyo objetivo es la mayoría o todos los segmentos del mercado, que sería una de las estrategias más efectivas ya que se tendría un mayor grado de respuesta y en tercer lugar, la compañía podría elegir como objetivo uno o dos segmentos del mercado y dedicar sus recursos a desarrollar productos para los clientes de estos segmentos que también sería una buena opción, esto me suena más como ir a la segura, aunque se podría decir que son segmentos más pequeños pero serán muy efectivos y con el avance de ellos se lograra el crecimiento.

No debemos olvidar que para desarrollar un modelo de negocios exitoso, los administradores estratégicos deben idear un conjunto de estrategias para determinar 1) cómo diferenciar y fijar el precio de un producto, y 2) en qué medida segmentar el mercado y qué tan amplia será la variedad de los productos. Para maximizar la rentabilidad, los administradores deben elegir una opción de sobrepuestos que compense los costos adicionales de la diferenciación del producto, pero que no sea tan alta que estrangule el incremento de la demanda esperada.

Entonces con todo esto aprendido y comprendido podemos decir que un modelo de negocio es el resultado de la forma en que una compañía formula e implanta un conjunto de estrategias empresariales para que se ajuste a sus opciones de diferenciación, costos y fijación de precios.

Además de ellos existe también un modelo de negocios de diferenciación este se basa en la aplicación de un conjunto de estrategias empresariales que permitirán a una compañía alcanzar una ventaja competitiva mediante la creación de un producto que los clientes consideren distinto en algún aspecto importante.

Es necesario que nosotros entendamos que cómo todas las cosas, los modelos de negocios tienen ventajas y desventajas pero nosotros debemos aprender a utilizarlos de la mejor manera y aprovechar al máximo cada una de sus ventajas y así explotar el potencial de nuestro modelo de negocios.

Para ir finalizando quisiera agregar que 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.

En la actualidad, muchas de las empresas más exitosas en una industria han encontrado modos para lograr este objetivo. Estas compañías son reconocidas porque pueden ofrecer a los clientes productos de excelente calidad a precios muy razonables, por último debemos saber 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 meta es ser la compañía que alcanza o desplaza la frontera de valor para obtener una ventaja competitiva y obtener una rentabilidad mayor que el promedio.

Conclusión: El modelo de negocio que nosotros decidamos aplicar debe ser el ideal para nuestra empresa y este dependerá de lo que nos estemos dedicando, es decir, el giro de la empresa, lo que queremos lograr con esto es obtener una ventaja competitiva, para ser una empresa exitosa, una vez teniendo nuestro modelo definido tendremos que aprovecharlo al máximo, optimizando los recursos con lo que contamos y en pocas palabras explotar ese potencial que hay en él y sobre todo en nosotros y nuestros empleados, si seguimos estos pasos tendremos éxito seguro, es necesario pasar un proceso y tal vez requiere de mucho trabajo y análisis pero al final de todo nos daremos cuenta que cada esfuerzo, tiempo, sacrificio, y precio pagado habrá valido la pena.

FUENTES BIBLIOGRAFICAS:

ANTOLOGÍA QUE NOS PROPORCIONA LA UNIVERSIDAD DEL SURESTE

“ADMINISTRACIÓN ESTRATEGICA”