



Competencias distintivas, ventaja competitiva y
Rentabilidad

Enrique Romero Farrera

Administración Estratégicas

Jorge Enrique Albores

12 de Octubre del 2020

Correo electrónico: enrique0760719@hotmail.com

Competencias distintivas, ventaja competitiva y Rentabilidad

Introducción

En el siguiente ensayo conoceremos a que se refiere la competencia distintiva, en cuantos factores se divide, ¿Qué es la ventaja competitiva y su durabilidad?, también abordaremos el concepto de cadena de valor y sus procesos que intervienen según Porter. A que se refiere la economía de escala y por último la importancia de la mercadotecnia en las organizaciones.

La competencia distintiva

Se refiere a aquella actividad capaz de generar valor y que resulta necesaria para establecer una ventaja competitiva redituable para la empresa. La ventaja competitiva se basa en competencias distintivas, que muchas veces son las fortalezas de una empresa que le permiten diferenciar sus productos y lograr costos más bajos que sus principales competidores. Las competencias distintivas se determinan mediante análisis de los procesos en la cadena de valor, que permiten conocer qué actividades son necesarias para satisfacer las necesidades de los clientes, sus costos, calidad, etc.

Las competencias distintivas se dividen en 2 factores muy importantes como son los recursos y las capacidades, cuando hablamos de recursos nos referimos a los activos con los que cuenta las empresas y estos a su vez se dividen en tangibles e intangibles. Mientras que las capacidades se refieren a las habilidades con las que cuenta una empresa para coordinar sus recursos y aplicarlos para el uso productivo. Es fundamental diferenciar los recursos y las capacidades para comprender lo que genera una competencia distintiva.

Ventaja competitiva

Es cualquier característica que posee una empresa, bien o servicio que lo diferencie del resto de sus competidores. Por lo tanto las empresas buscan siempre encontrar nuevas ventajas competitivas y/o potenciar las que ya tienen buscando siempre posicionarse un paso delante de sus competidores.

La Cadena de valor se refiere a los procesos que la empresa lleva a cabo para la transformación y/o creación de insumos o materia prima en producto terminado. Según Porter la cadena de valor es una herramienta de gestión que describe las actividades de una organización para crear valor. Las cuales esta divididas en 2 partes, actividades primarias y

actividades de soporte. Dentro de las primeras podemos mencionar la logística de entrada, operaciones producción, logística de salida, marketing/ventas y servicio pos venta. También podemos mencionar las actividades de soporte que son infraestructura de la empresa, gestión de recursos humanos, tecnología y compras.

Análisis de la ventaja competitiva y la rentabilidad

Para realizar un buen análisis interno, se tiene que saber analizar el desempeño financiero de la organización y determinar cuánto aportan a la rentabilidad sus estrategias, la medida clave del desempeño financiero de una compañía es su rentabilidad. Existe varios métodos para medir la rentabilidad de los cuales el más usual es los activos/ el capital social.

Durabilidad de la ventaja competitiva: No existe un tiempo establecido ya que los competidores trataran de identificarla y copiarla por lo que cuando esto suceda se verán disminuidas las ganancias para la empresa. Por otra parte existen las barrera que impiden la imitación, estas barrera impiden o dificultan que los competidores copien las competencias distintivas de las compañías. Es decir cuando mayor sean las barreras mejor será el impedimento con los competidores por lo tanto será más sustentable la ventaja competitiva para la organización.

Rentabilidad de las empresas: Se entiende por rentabilidad a la capacidad financiera que tienen las empresas para generar suficiente utilidad o ganancias, es decir cuando generan más ingresos que egresos

La economía de escala: Se refiere al poder que tienen las organizaciones cuando logran incrementar sus niveles de producción a un menor costo, es decir, a medida que la producción en una organización aumenta sus costes de producción se reducen.

Los efectos del aprendizaje: Son ahorros de costos que provienen de aprender en la práctica, es decir la mayoría de los trabajadores se capacitan y aprehenden realizando sus actividades una y otra vez, con el paso del tiempo simplifican los procesos y realizan sus actividades en un menor tiempo lo cual se le conoce como productividad laboral por lo tanto entre más capacitados y entrenados se encuentren los trabajadores mejor productivos son para las empresas y por ende se vuelven más eficientes.

La mercadotecnia: La mercadotecnia juega uno de los papeles más importantes en las organizaciones puesto que su objetivo es dar a conocer tu marca, bien o servicio y por

ende impulsarlos de forma eficiente para alcanzar tus metas y satisfacer las necesidades de los consumidores. Cuando las empresas no logran satisfacer los gustos o necesidades de sus clientes corren el riesgo de que estos decidan irse a la competencia lo que comúnmente se conoce como deserción. Por ello es importante desarrollar una mercadotecnia eficiente cuyo propósito final sea que el cliente se vuelva fiel a tu marca. La publicidad de boca en boca se dispersa por tus mismo clientes, la ventaja principal es que son gratuitas y de mucho impacto, una publicidad positiva es recomendada por lo menos a tres personas mientras que una publicidad negativa puede llegar a divulgarse incluso hasta diez personas y ex potenciarse aún más.

El manejo de materiales: Son las actividades que se llevan a cabo para trasladar los insumos, materia prima y componentes hasta el lugar donde son procesados para que finalmente sean colocados en los establecimientos como destino final para poder ser adquiridos por el consumidor final.

Conclusión

Podemos concluir este ensayo confirmando lo importante que es para las empresas, desarrollar estrategias para lograr ventajas competitivas que permitan diferenciarse de sus competidores y por ende generar más utilidades. Por lo tanto las organizaciones siempre deben estar buscando la excelencia rediseñando o innovando productos nuevos para satisfacer las necesidades de los consumidores, una ventaja competitiva no asegura el éxito definitivo puesto que los competidores pueden copiar y/o mejorar los productos. En lo que respecta a la rentabilidad de la organización, podemos afirmar que los administradores deben saber analizar el desempeño financiero de la empresa para poder identificar oportunidades y fortalezas y confirmar si las estrategias diseñadas aportan a la rentabilidad de la organización.

Comitán de Domínguez, Chiapas a 12 de Octubre del 2020