



Universidad del Sureste UDS

Nombre del alumno: José Artemio Morales Espinosa

Nombre del docente: Jorge Enrique Albores

Materia: Administración de estrategias

Nombre del trabajo: Ensayo

Cuatrimestre: 7

Carrera: Administración de empresas

Fecha / 18 de octubre del 2020

Introducción

Este presente ensayo tiene como finalidad de analizar, y entender cada uno de los temas que se hablan en este presente ensayo, competencias, distintivas ventaja competitiva y rentabilidad. Son elementos básicos que nos ayudaran a tener un conocimiento para nuestro aprendizaje

Quiero destacar que los temas son de suma importancia para asegurar el éxito de las empresas, hacer uso de las estrategias y técnicas y herramientas, una de ellas es analizar profundamente cada uno de los temas,

Desarrollo

La competencia distintiva y ventajas distintivas de una compañía, las competencias distintivas dan forma a las estrategias que intentan adoptar la compañía las cuales conducían a una ventaja competitiva y una rentabilidad superior. Sin embargo, también es muy importante darse cuenta de que las estrategias que aplica una compañía pueden generar nuevos recursos o capacidades o fortalecer los que ya existen, lo que mejora las competencias distintivas de la empresa. Por lo tanto, la relación entre competencias distintivas y estrategias no es lineal, más bien es recíproca debido a que las competencias distintivas dan forma a las estrategias y están ayudando a crear las primeras.

Análisis interno: competencias distintivas, ventaja competitiva y rentabilidad

La ventaja competitiva: una compañía tiene una ventaja competitiva sobre sus rivales cuando su rentabilidad es mayor que el promedio de las otras empresas operando en la industria. Tienen una ventaja competitiva sostenida cuando pueden mantener una rentabilidad superior al promedio varios años.

El objetivo principal de la estrategia es lograr una ventaja competitiva sostenida, la cual, a su vez, producirá una rentabilidad superior y el aumento de las ganancias.

Competencias distintivas: las ventajas competitivas se basan en competencias distintivas, que son las fortalezas específicas de una empresa que le permite diferenciar sus productos y lograr costos sustancialmente más bajos que sus rivales. Las competencias distintivas surgen de dos fuentes complementarias: recursos y capacidades.

Recursos: los recursos son activos de una compañía. Se puede dividir en dos categorías: tangibles e intangibles. Los recursos tangibles son bienes físicos como terreno, edificios. Los recursos intangibles son los que no son físicos que crean los administradores y otros empleados, como marcas, reputación en la compañía, los conocimientos. En particular, los recursos son valiosos cuando permiten a una compañía crear una demanda intensa de sus productos, reducir sus costos o ambas cosas.

Capacidades: Las capacidades se refieren a las habilidades de una compañía para coordinar sus recursos y aplicarlos para el uso productivo. De manera más general, las capacidades de una compañía son el producto de su estructura organizacional: proceso, sistema de control y sistema de contratación. Estos especifican cómo y dónde tomar las decisiones, el tipo de comportamiento que se debe recompensar y las normas y valores culturales de una empresa.

Cadena de valor: el termino cadena de valor se refiere a la idea de que una compañía es una cadena de actividades que transforman los insumos en productos que valoran los clientes.

Actividades principales: las actividades principales son aquellas que se relacionan con el diseño, creación y entrega del producto su mercadotecnia y sus servicios de atención al cliente y posterior a la venta.

Elementos básicos de la ventaja competitiva:

Los cuatro factores que genera y sostiene las ventajas competitivas ----- eficiencia superior, calidad, innovación y respuesta al cliente----- son productos de la competencia distintivas de la compañía. Estos factores se pueden considerar competencias distintivas genéricas porque cualquier compañía independientemente de su industria los bienes y servicios que producen la compañía.

La calidad como excelencia confiabilidad

Cuando los clientes evalúan la calidad de un producto, por lo común la comparan con otras dos clases de atributos: los relaciona con la calidad como excelencia y con la calidad como confiabilidad.

Innovación: La innovación de productos crea valor pues permite fabricar artículos nuevos o versiones mejoradas de bienes ya existentes que los clientes consideran que son más útiles, lo que aumenta las opciones de la compañía para fijar los precios. La innovación de procesos permite crear más valor porque reducen los costos.

La capacidad de respuesta a los clientes:

Para acentuar la capacidad de respuesta a los clientes, las compañías deben identificar y satisfacer las necesidades de estos mejor que la competencia. Otra forma de mejorar la capacidad de respuesta hacia los clientes son la superioridad del diseño, servicio y atención y apoyo después de las ventas.

Eficiencia y economías de escalas

Las economías de escalas son reducciones de costos unitarios que se obtienen cuando se producen grandes volúmenes. Otra fuente de economías de escala es la capacidad de las compañías productoras de volúmenes grandes para alcanzar una mayor especialización y división del trabajo.

Eficiencia y efectos de aprendizaje

Los defectos del aprendizaje son ahorros de costos que proviene de aprender en la práctica. Es importante que la administración de las nuevas instalaciones fabriles aprende con el tiempo cual es el mejor método para manejar las operaciones. por lo siguiente, los costos de producción bajan porque aumentan la productividad laboral y la eficiencia administrativa.

Mercadotecnia y eficiencia

Las estrategias de mercadotecnia que adopten una compañía pueden tener gran efecto en su eficiencia y estructura de costo. La estrategia de mercadotecnia se refiere a la posición que adopte una compañía con respecto a la fijación de precios. Promoción, promociones, publicidad, diseño de productos y distribución.

Manejo de materiales, estrategias justo a tiempo y eficiencia

La aportación del manejo de materiales (logística) para incrementar la eficiencia de una compañía puede ser tan notable como la contribución de la producción y la mercadotecnia. El manejo de materiales abarca las actividades necesarias para llevar insumos y componentes hasta un centro de producción lo cual incluye los costos de dicho insumo. Someterlo a un proceso de producción y mediante un sistema de distribución hace llegar el producto hasta el usuario final.

Estrategia de investigación y desarrollo y eficiencia

El papel de una investigación y desarrollo superior para ayudar a la compañía a alcanzar mayor eficiencia y reducir la estructura de costo es doble. En primer lugar, la función de investigación y desarrollo puede estimular la eficiencia mediante el diseño de productos más fácil de fabricar. Al reducir el número de partes que componen un producto, investigación y desarrollo puede disminuir de manera radical el tiempo de montaje, lo que se traduce en mayor productividad laboral, menor costo y mayor rentabilidad.

Segunda manera en que la función de investigación y desarrollo ayuda a una compañía a reducir su estructura de costos es mediante la innovación de procesos, la cual es una nueva manera de operar los procesos de producción para mejorar la eficiencia. La innovación de procesos ha sido una fuente importante de ventaja competitiva.

Estructura de recursos humanos y eficiencia

La productividad de los empleados es uno de los principales determinantes de la eficiencia, la estructura de costos y la rentabilidad de las empresas.

La dificultad que enfrentan la función de recursos humanos es diseñar los medios para aumentar la productividad de los empleados. Entre las opciones que tiene se puede mencionar el aprovechamiento de ciertas estrategias de contratación, la capacidad de los empleados, la organización de la fuerza de trabajo en equipo autodirigidos y la vinculación del pago con desempeño.

Estrategias de contratación: la persona contratada debe tener atributos que concuerden con los objetivos estratégicos de la compañía.

Capacitación de los empleados: el personal es un muy importante insumo del proceso de producción. Los empleados muy diestros pueden desempeñar su trabajo con más velocidad y precisión y es más probable que aprendan las tareas complejas asociadas con menores destrezas. La capacitación eleva el nivel de habilidades de los empleados y reporta a la compañía ganancias de eficiencias en productividad, gracias al aprendizaje y la experimentación.

Equipos autodirigidos: el uso de equipos autodirigidos, cuyos miembros coordinan sus propias actividades y toman sus propias decisiones de contratación, capacitación.

Pagos por desempeño: no es de sorprender que vincular el pago con el desempeño sirve para aumentar la productividad de los empleados, pero el tema no es tan sencillo como solo introducir sistemas de pago.

Conclusión

Quiero argumentar que en análisis la competencia distintiva, ventaja competitiva y rentabilidad, nos proporciona herramientas básicas para analizar y entender cada uno de los puntos más importantes que con lleva un análisis y las habilidades que podemos desarrollar dentro o fuera las empresas. ya que son de suma importancia, para nuestra vida cotidiana. Ya que Con ello nos muestra que cada día estamos conectados con diversas personas o grupos que nos ayuda alcanzar un objetivo decido.