



**Nombre de alumno: Teresa de Jesús
Méndez Jiménez**

Nombre del profesor:

**Nombre del trabajo: Ensayo de la 3ra
Unidad**

Materia: Administración Estratégica

Grado: 7mo Cuatrimestre

Grupo: LCP05SSC0118-A

El siguiente ensayo hablara de las empresas de como generan ganancias en el mercado, sus proyecciones en un futuro y las habilidades, sus competencias generan una mayor cantidad de productos nuevos las capacidades o habilidades que radican en su toma de decisiones, las actividades que lleva acabo son importantes para su uso de cada una de ellas.

Una compañía o empresa genera una mayor rentabilidad que operan en la industria, sus ventajas competitivas mantienen una rentabilidad durante varios años, en el cual sus objetivos principales logran una ventaja para producir su rentabilidad y aumento de ganancias. Las competencias se basan en distintas fortalezas especificas para que una empresa permita diferenciar sus productos y lograr costos bajos, se generan dos complementarias que son recursos que son bienes no físicos, sus conocimientos son valiosos en el cual permite una mejor demanda de productos y sus capacidades coordina sus recursos para la toma de decisiones, las habilidades radican reglas y rutinas para su manejo de procesos.

Los recursos y capacidades comprenden una eficacia de competencia distinta y establece una competencia mientras tenga capacidades que no posea ningún otro competidor. La ventaja competitiva lleva a mano un nivel básico en el cual depende de tres factores que son el valor de los clientes, el precio que cobra los productos y costos de crear productos.

La utilidad que representa a los clientes desempeña su calidad y servicio, los clientes compiten con rivales en el cual su segmento del mercado refleja su valoración, las funciones de cada compañía desarrolla su estructura de costos e incremento de su valor mediante su transformación se desglosa en cuatro funciones que con (Investigación y desarrollo) diseña los productos para su proceso de producción, su diseño de productos físicos y del proceso de producción, su función de desarrollo ayuda a reducir costos o aumentar la utilidad, (Producción) la elaboración de un producto o servicio realiza operaciones bancarias o ventas a menudeo, (Mercadotecnia y ventas) la función de mercadotecnia y ventas ayudan a crear un valor que los clientes perciben para la utilidad, (Servicio a clientes) las empresas ofrecen una atención y servicio para su utilidad de problemas de los clientes sus capacidades de atención es muy valiosa para las industrias.

Las actividades de apoyo proporcionan insumos necesarios que permiten realizar actividades sus funciones sistematiza el manejo de materiales como el manejo de materiales que controla su producción y distribución su eficacia reduce el costo de su valor,

los recursos humanos ayuda a asegura su compañía de personal con habilidades necesarias para llevar acabo sus objetivos y la creación de nuevas compañías, su sistema de información lleva acabo el manejo de inventarios permite mejorar sus actividades y la infraestructura de la compañía realiza actividades de creación de valores en el cual trata de desempeñar el valor de cada empresa.

Los atributos son productos físicos que incluyen su forma de confiabilidad, sus productos tienen calidad superior para sus clientes que perciben una mayor utilidad, su innovación lleva acabo nuevos productos o procesos su capacidad de identificar o satisfacer sus necesidades logren una mayor utilidad y una mejor calidad para satisfacer una uno de los clientes, su calidad e innovación es parte de las necesidades de los clientes.

Los administradores de cada empresa deben de contar con un buen análisis, en su desempeño financiero debe de identificar sus estrategias y fortalezas para lograr un buen desempeño, los competidores aprovechan una mayor ventaja en el que su financiamiento acompañe a su rentabilidad, las ventajas competitivas ganan una utilidad muy valiosa en el que los competidores trataran de imitarla y conseguir éxito.

La eficacia de cada una de las operaciones innova sus competencias, en la economía sus costos obtienen producciones de mayor volumen, los administradores varían un nivel de producción en el que el conocimiento sirve para encauzar nuevas estrategias, los efectos de aprendizaje pone en practica sus costos en el que aumenta su productividad y así no reducir sus costos, las estrategias de la mercadotecnia permite lograr un porcentaje anual para cada uno de los clientes, un cliente nuevo mantiene un mejor volumen de ventas que genera costos fijos.

Las aportaciones incrementan su eficiencia en las compañías en su producción, su manejo de materiales abarca actividades necesarias para llevar insumos y componentes, la productividad de cada uno de los empleados genera una mejor estructura para su personal, sus productos determinan un nivel de gastos, su liderazgo es importante para establecer su compromiso para el trabajo.

Las estrategias de contratación para las compañías son muy conocidas para los empleados ya que dedican atención de contratación, poseen características que se relacionan de manera adecuada para los clientes ya que trata de fijar metas, las capacitaciones para el personal son importante para el trabajo y tareas que deben de realizar, la capacitación eleva su nivel de habilidades y así la empresa genera ganancias de productividad.

Para concluir recalcamos que cada empresa se estructura por su propiedad de clientes, su sociedad aproxima a pequeñas cajas de ahorro para cada cliente, las habilidades de las personas se potencian a la interacción de los consumidores trata de asegurarse de desarrollar estrategias y tácticas eficientes, las empresas generan necesidades comerciales para la rentabilidad, la falta de presupuesto de cada empresa depende de agentes externos, entendemos que cada empresa tiene diferente manera de trabajar, desempeñan diferentes capacidades de proyecciones, generan estrategias útiles para el avance del mercado.

BIBLIOGRAFIA

- 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 Piramide