



UNIVERSIDAD DEL SURESTE (UDS)

NOMBRE DEL PROFESOR: Albores Jorge Enrique

NOMBRE DEL ALUMNO: Víctor Manuel Hernández Hernández

CARRERA: Contaduría Pública

MATERIA: Administración Estratégica

TRABAJO: Ensayo

GRADO: 7° cuatrimestre **GRUPO:** LCP05SSC0118-A

FECHA: 18/10/2020

Índice

Introducción.....	1
Desarrollo.....	2,3,4
Conclusión.....	5
Referencias.....	6

Introducción

En el presente trabajo hablamos sobre el tema de la ventaja competitiva, como podemos observar que hoy en día resulta algo difícil lanzar al mercado productos nuevos e innovadores y ser el único productor de mismo, esto es debido a la competencia tan reñida que hay entre empresas de nuestro mismo sector industrial, por lo cual se busca tener siempre una ventaja competitiva. Toda empresa que está compitiendo debe de poseer estrategias de competencias para así poder mantener el posicionamiento de sus productos en el mercado.

ANÁLISIS INTERNO: COMPETENCIAS DISTINTIVAS, VENTAJA COMPETITIVA Y RENTABILIDAD

Ventaja competitiva

Una ventaja competitiva es cualquier característica de una empresa, país o persona que la diferencia de otras colocándole en una posición relativa superior para competir. Las empresas apropian una ventaja competitiva cuando tienen algunas características diferenciales respecto de sus competidores, esta puede ser derivada de una buena imagen, de una presentación adicional de sus productos o servicios, de una buena ubicación o simplemente de un precio competitivo, que les permite tener la capacidad de alcanzar rendimientos superiores a ellos, de manera sostenible en el tiempo.

En la actualidad no son muchas las empresas que pueden realmente calificarse de innovadoras. Las grandes empresas con su trayectoria de éxito e innovación, se ven amenazadas por pequeñas empresas que son capaces de modificar las reglas del juego.

La ventaja competitiva se basa en competencias distintivas, que son las fortalezas específicas de una empresa que le permiten diferenciar sus productos y lograr costos sustancialmente más bajos que sus rivales.

Competencias distintivas

En las competencias distintivas surgen dos fuentes complementarias las cuales son las siguientes: Recursos (los recursos son los activos de una compañía), Capacidades (Las capacidades se refieren a las habilidades de una compañía para coordinar sus recursos y aplicarlos para el uso productivo).

La cadena de valor

La 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. El proceso de transformación implica una serie de actividades primarias y de apoyo que agregan valor al producto. Las actividades principales son aquellas que se relacionan con el diseño, creación y entrega del producto, su mercadotecnia y su servicio de atención al cliente y posterior a la venta.

Elementos básicos de la ventaja competitiva

Recordemos que son 4 factores básicos para identificar y desarrollar las ventajas competitivas. La Eficiencia Superior, Calidad, Innovación y Respuesta al Cliente. Estas competencias permitirán a una compañía diferenciar su propuesta de productos y, por lo tanto, satisfacer mejor las necesidades de sus clientes y reducir su estructura de costos. Dichos factores están muy interrelacionados entre sí, por ejemplo, la calidad superior puede llevar a una eficiencia superior y la innovación a puede incrementar la eficiencia, calidad y sensibilidad ante los clientes.

Durabilidad de la ventaja competitiva

Es importante tener en cuenta las relaciones entre estrategias de funciones, competencias distintivas, diferenciación, bajo costo, creación de valor y rentabilidad. La capacidad de una compañía para incrementar la eficiencia, calidad, innovación y capacidad de respuesta hacia los clientes determinará si su oferta de productos es diferente de la que presentan sus rivales y si tiene una estructura de costos bajos.

Eficiencia y economías de escala

Las economías de escala son reducciones de costos unitarios que se obtienen cuando se producen grandes volúmenes, se trata de una circunstancia en la que cuanto más se produce, el coste que tiene la empresa por fabricar un producto es menor.

Con las economías de escala, se produce un mayor beneficio por cada unidad extra que producimos. Esta reducción del coste de fabricación unitario no se da porque baje el precio de las materias primas, sino por aprovechar un material que tenemos ya comprado y en el que invertimos dinero en el pasado. Por lo tanto, esta situación se da sobre todo cuando la empresa compra activos fijos. Si adquirimos una maquinaria, por ejemplo, la forma de sacarle partido es produciendo lo más posible.

Eficiencia y efectos de aprendizaje

Los efectos del aprendizaje son ahorros de costos que provienen de aprender en la práctica. Por lo tanto, la productividad laboral aumenta con el tiempo y los costos unitarios se reducen, en la medida en que los empleados aprendan la manera más eficiente. Esto no sólo depende de los empleados, sino también de la administración para saber cómo

Manejar mejor las operaciones de una empresa.

Mercadotecnia y eficiencia

La estrategia de mercadotecnia que adopte una compañía puede tener un gran efecto en su eficiencia y estructura de costos. La estrategia de mercadotecnia se refiere a la posición que adopta una compañía con respecto a la fijación de precios, promoción, publicidad, diseño de productos y distribución.

Manejo de materiales, entrega justo a tiempo y eficiencia

Mejorar la eficiencia de la función de manejo de materiales requiere adoptar un sistema de inventario justo a tiempo, cuyo objetivo primordial es ahorrar en costos de mantenimiento de inventario, para lo cual los componentes deben llegar a la planta de manufactura a tiempo para entrar en el proceso de producción o los artículos a la tienda sólo cuando las existencias están casi agotadas.

Infraestructura y eficiencia

La infraestructura de una compañía (es decir, su estructura, cultura, estilo de liderazgo estratégico y sistema de control) determina el contexto en el que se llevan a cabo todas las demás actividades de creación de valor. Sobre todo, una infraestructura apropiada estimula el compromiso de toda la compañía con la eficiencia y promueve la cooperación entre las diferentes funciones en la búsqueda de las metas de eficiencia.

Conclusión

Como conclusión puedo decir que la ventaja competitiva es un punto crucial para las empresas que pretendan ser líderes, constantemente se deben de busca y localizar ventajas competitivas que nos alejen de nuestros competidores, finalmente, podemos mencionar que las ventajas competitivas son estrategias desarrolladas que contribuyen a un buen desenvolvimiento de una empresa en su mercado. Si una ventaja competitiva es identificada y planteada de manera correcta ayuda a que la empresa se ubique en entre los primeros puestos de preferencia, así como generar una amplia brecha que pone a la organización delante de las demás empresa.

Referencias

- **Antología (Administración Estratégica)**