



## **ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA**

**William Noriko Aguilar López**

**Universidad del Sureste**



**Facultad de contaduría pública, UDS**

**Octubre, 12 de 2020**

**JORGE ENRIQUE ALBORES AGUILAR**

**Administración Estratégica**

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	3
<b>DESARROLLO</b> .....	4
<b>CIERRE</b> .....	6
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	7

## **INTRODUCCIÓN**

Para poder ser exitoso dentro del ámbito empresarial es necesario hacer un análisis detallado y profundo sobre las competencias externas, así como distingue de nosotros, pero definiendo las ventajas competitivas, que se tienen para obtener la rentabilidad de la organización

## DESARROLLO

Cuando el margen de beneficio de una empresa es superior al nivel medio de otras empresas de la industria, tiene una ventaja competitiva sobre sus competidores. Cuando puede mantener una rentabilidad superior al promedio durante varios años, tiene una ventaja competitiva sostenida.

El objetivo principal de la estrategia es obtener una ventaja competitiva sostenida, que, a su vez con el tiempo, generará una rentabilidad superior y aumentará las ganancias.

Las ventajas competitivas se basan en capacidades únicas, que son ventajas específicas, para que se convierta en un producto distintivo y haga que su costo sea mucho más bajo que el de sus competidores.

Las competencias distintivas se complementan a través de recursos y capacidades, los recursos son activos de la empresa. Se pueden dividir en dos categorías: tangibles e intangibles. Los recursos tangibles son activos tangibles, como terrenos, edificios, plantas, equipos, inventario y capital. Los recursos intangibles son activos intangibles creados por gerentes y otros empleados, como la marca, la reputación de la empresa, el conocimiento adquirido por los empleados a través de la experiencia y los derechos de propiedad intelectual de la empresa, mientras que la capacidad se refiere a la capacidad de la empresa para coordinar sus recursos y utilizarlos con fines de producción. Estas habilidades dependen de sus reglas, rutinas y procedimientos. Es decir, la forma en que toma decisiones y gestiona sus procesos internos para lograr las metas organizacionales.

Todas las funciones de la empresa, como producción, marketing, investigación y desarrollo, servicios, sistemas de información, manejo de materiales y recursos humanos, participan en la reducción de la estructura de costos y el aumento de las ganancias esperadas de productos diferenciados. Y se debe considerar como la cadena de valor, la cadena de valor se refiere a la cadena de actividad de la empresa que transforma los insumos en productos que los clientes valoran.

Para complementar estos procesos hay que conocer las actividades principales que son las relacionadas con el diseño, creación y entrega de productos, marketing y atención al cliente y por último la venta.

Como anteriormente se menciono la ventaja competitiva son capacidades únicas, pero estas se componen de cuatro factores que crean y mantienen una ventaja competitiva: excelente eficiencia, calidad, innovación y respuesta del cliente son los productos de las capacidades únicas de la empresa.

La medida más simple de eficiencia es la cantidad. El insumo requerido para producir un producto dado, es decir, eficiencia. Productos e insumos. Cuanto más eficiente es una empresa, menos inversión se requiere para fabricar un producto determinado.

Los productos pueden verse como un conjunto de atributos. Los atributos de muchos productos físicos incluyen su forma, función, desempeño, durabilidad, confiabilidad, estilo y diseño. Cuando los clientes creen que los atributos de un producto son más útiles que los vendidos por la competencia, se considera que el producto es de mayor calidad.

La innovación se refiere al proceso realizado para crear un nuevo producto o proceso. Hay dos tipos principales de innovación: productos y procesos. La innovación de productos implica el desarrollo de nuevos productos o productos con mejores atributos que los productos antiguos.

Para mejorar su capacidad de respuesta a los clientes, la empresa debe determinar y satisfacer sus necesidades mejor que la competencia. Si tienen éxito, los clientes atribuirán más utilidad a sus productos, estableciendo así una diferenciación basada en fortalezas.

La durabilidad de la ventaja competitiva depende de estos factores, La barrera para prevenir la imitación es el determinante fundamental de la velocidad al imitar debido a que varios factores le dificultan a los competidores replicar capacidades como lo es el logotipo de la empresa: cuanto mayor sea la barrera de imitación, más el desarrollo sostenible será la ventaja competitiva de la empresa, pero si la ha asumido un compromiso estratégico se le será difícil hacer frente a una nueva competencia y por ultimo las industrias más dinámicas suelen ser aquellas con más altas tasas de innovación de productos.

Para finalizar es necesario verificar la estrategia funcional, que tiene como objetivo mejorar la eficiencia operativa de la empresa y por ende su eficiencia, Innovación y capacidad de respuesta a los clientes. Es importante considerar la relación entre estrategia funcional, capacidades únicas, diferenciación, bajo costo, creación de valor y rentabilidad.

## **CIERRE**

En resumen, las empresas aparte de tener una estructura sólida y funcional se requieren de ciertos análisis internos y externos para poder estar a la vanguardia siendo pioneros en la innovación a través de ventajas que le ayuden a posicionarse dentro de un determinado sector del mercado y para así obtener la rentabilidad deseada.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

JORGE ENRIQUE ALBORES AGUILAR (2020) *Administración estratégica, UDS antología*