



Mi Universidad Súper nota

Nombre del Alumno: Sánchez Moreno Alondra Jacqueline

Nombre del tema: Análisis interno: competencias distintivas, ventaja competitiva y rentabilidad

Parcial: 3ra unidad

Nombre de la materia: Administración estratégica

Nombre del profesor: Rodríguez Alfonso Myreille Eréndira

Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategia de negocios

Cuatrimestre: 7mo cuatrimestre

Comitán de Domínguez, Chiapas a 26 de octubre de 2021.

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 que operan en la industria.

Tiene una ventaja competitiva sostenida cuando puede mantener una rentabilidad superior a la promedio durante 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.

¿Cuáles son las fuentes de las ventajas competitivas y la rentabilidad superior, y cuál es el enlace entre la estrategia, la ventaja competitiva y la rentabilidad?



Competencias distintivas

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.

Las competencias distintivas surgen de dos fuentes complementarias: recursos y capacidades



Recursos

Los recursos son los activos de una compañía. Se pueden dividir en dos categorías

Los recursos tangibles son bienes físicos como terreno, edificios, planta, equipo, inventario y capital.

Los recursos intangibles son los bienes no físicos que crean los administradores y otros empleados, como marcas, reputación de la compañía



Capacidades

Las capacidades se refieren a las habilidades de una compañía para coordinar sus recursos y aplicarlos para el uso productivo.

Estas habilidades radican en sus reglas, rutinas y procedimientos; es decir, el estilo o la forma en que toma las decisiones y maneja sus procesos internos para alcanzar los objetivos organizacionales.



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.



Actividades principales

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.

En la cadena de valor las actividades principales se desglosan en cuatro funciones: investigación y desarrollo, producción, mercadotecnia y ventas, y servicio a clientes.



Investigación y desarrollo



La función de investigación y desarrollo (IyD) se encarga de diseñar los productos y los procesos de producción.

Producción

El interés principal del área de producción es la elaboración de un producto o servicio. En el caso de productos físicos, cuando se habla de producción, por lo general se hace referencia a la fabricación.



Mercadotecnia y ventas

Existen varias formas mediante las cuales las funciones de mercadotecnia y ventas ayudan a crear valor.

La función de mercadotecnia, a través del posicionamiento de la marca y la publicidad, puede aumentar el valor que los clientes perciben en un producto (y por lo tanto la utilidad que pueden atribuir al producto).



Servicio a clientes

El papel de la función de servicio de una empresa es ofrecer atención y servicio después de la venta.

Esta función puede crear una utilidad superior si soluciona los problemas de los clientes y los atiende después de que han comprado el producto.



Actividades de apoyo



Proporcionan los insumos necesarios que permiten que se lleven a cabo las actividades principales.

En general, se desglosan en cuatro funciones: manejo de materiales (o logística), recursos humanos, sistemas de información e infraestructura de la compañía

Elementos básicos de la ventaja competitiva

Los cuatro factores que generan y sostienen la ventaja competitiva eficiencia superior, calidad, innovación y respuesta al cliente son producto de las competencias distintivas de la compañía.



Son competencias distintivas genéricas que permiten a una compañía

- 1) diferenciar su propuesta de productos y, por lo tanto, ofrecer más utilidad a sus clientes y
- 2) reducir su estructura de costos



Elementos básicos de la ventaja competitiva.

Calidad superior

Eficiencia superior

Ventaja competitiva:
-Costo bajo
-Diferenciación

Superior capacidad de respuesta hacia los clientes

Innovación superior

Análisis de la ventaja competitiva y la rentabilidad



Para que los administradores de una compañía realicen un buen análisis interno, tienen que saber analizar el desempeño financiero de ella y detectar cuánto aportan a la rentabilidad sus estrategias, si es que lo hacen.

Para identificar fortalezas y debilidades, deben comparar el desempeño de su compañía con el de los competidores y el desempeño histórico de la propia empresa, es decir, tienen que establecer indicadores de competitividad..



El ROIC



Se define como las utilidades netas sobre el capital invertido, es decir, $ROIC = \text{utilidades netas} / \text{capital invertido}$. Para calcular las utilidades netas se restan los costos totales de operar la compañía de sus ingresos totales (ingresos totales – costos totales).

El rendimiento sobre las ventas mide con qué eficacia la compañía emplea su capital invertido para generar ingresos. Estos dos cocientes pueden descomponerse también en cocientes básicos contables.



Durabilidad de la ventaja competitiva

Barreras que impiden la imitación

La compañía que posee una ventaja competitiva gana utilidades superiores al promedio. Dichas utilidades envían a los rivales la señal de que la compañía tiene una competencia valiosa distintiva con la que genera mayor valor.



Capacidad de los competidores



Un determinante fundamental de la capacidad de los competidores de imitar rápidamente la ventaja competitiva de una compañía es la naturaleza de sus compromisos estratégicos anteriores.

Dinamismo industrial

Las industrias más dinámicas suelen ser las que tienen una tasa elevada de innovación de productos. En industrias dinámicas, la tasa acelerada de innovación significa que los ciclos de vida de los productos se acortan y que la ventaja competitiva puede ser efímera..



Bibliografía

Antología administración estratégica