



Nombre de alumno: Gilary Garduño Alvarez

**Nombre Del Profesor: Myreille Erendira
Rodriguez**

Nombre Del Trabajo: Super Nota

Materia: Administración Estratégica

Grado: 7mo Cuatrimestre

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 25 de octubre de 2021.



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.



LA CALIDAD COMO EXCELENCIA Y CONFIABILIDAD

Un producto se puede considerar como un conjunto de atributos. Los atributos de muchos productos físicos incluyen su forma, características, desempeño, durabilidad, confiabilidad, estilo y diseño. Se dice que un producto tiene calidad superior cuando los clientes perciben que sus atributos les proporcionan una mayor utilidad que los de productos que venden los rivales.

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.

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.

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

VENTAJA COMPETITIVA, CREACIÓN DE VALOR Y RENTABILIDAD

La ventaja competitiva lleva de la mano a una rentabilidad superior. En el nivel básico, la rentabilidad de una compañía depende de tres factores: 1) el valor que los clientes asignan a los productos de la compañía, 2) el precio que ésta cobra por sus productos y 3) los costos de crear esos productos.

ANÁLISIS DE LA VENTAJA COMPETITIVA Y LA RENTABILIDAD

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 ROIC de una compañía se descompone algebraicamente en dos componentes fundamentales: rendimiento sobre las ventas y producción de capital. En concreto: $ROIC = \text{utilidades netas} / \text{capital invertido} = \text{utilidades netas} / \text{ingresos} \times \text{ingresos} / \text{capital invertido}$

DURABILIDAD DE LA VENTAJA COMPETITIVA

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.

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.