



Nombre del alumno: Luis Fernando Domínguez Barrera

Nombre del profesor: Myreille Eréndira Rodríguez

Nombre del trabajo: Super Nota

Materia: Administración Estratégica

Grupo: A13

PASIÓN POR EDUCAR

Análisis Interno

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 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:

- **Recursos:** los recursos son los activos de la compañía
- **Capacidades:** Las capacidades se refieren a las habilidades de una compañía para coordinar sus recursos y aplicarlos para el uso productivo

Cadena de valor: El término 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.

Actividades principales: investigación y desarrollo, producción, mercadotecnia y ventas, servicio a clientes, sistemas de información y infraestructura de la compañía.

Elementos básicos de la ventaja competitiva

Eficiencia: Para muchas compañías, los dos componentes más importantes de la eficiencia son la productividad de los empleados y la productividad del capital

Calidad como excelencia: se dice que un producto es confiable cuando desempeña en forma permanente el trabajo para el que fue diseñado, lo hace bien y rara vez, si acaso, falla o se descompone.

Innovación: La innovación se refiere al proceso que se lleva a cabo para crear nuevos productos o procesos.

Capacidad de respuesta: Para acentuar la capacidad de respuesta a los clientes, las compañías deben identificar y satisfacer las necesidades de éstos mejor que la competencia. Si lo logran, los clientes atribuirán más utilidad a sus productos

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 (fortalezas y debilidades).

Durabilidad de la ventaja

Barreras que impiden la imitación: Son también factores que dificultan a los competidores copiar las competencias distintivas de una compañía

Capacidad de los competidores: habilidad de una empresa para identificar, valorar, asimilar y aplicar conocimientos nuevos.