



**Nombre de alumnos: Rodríguez López
Layza**

Nombre del profesor: C.P Ronal Salaz

Nombre del trabajo: súper nota

Materia: Administración estratégica

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 7 "LAE"

Grupo: A

Frontera Comalapa, Chiapas a 17 de octubre del 2021

CREACIÓN DE UNA VENTAJA COMPETITIVA MEDIANTE UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS



Formulación del modelo de negocio.

Diferenciación de los productos

Capacidad de respuesta



Innovación

Calidad

Precios bajos.



Confiabilidad

Eficiencia

Reducir costos

Segmentación de mercado.



Son personas que comparten necesidades semejantes



Grupo de clientes.

- Productos dirigidos al consumidor promedio.
- Producto diferente por cada segmento de mercado.
- Se ofrece un producto a uno o pocos segmentos de mercado.

POSICIONAMIENTO COMPETITIVO Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES.



Para maximizar la rentabilidad los administradores deben elegir la opción de sobreprecio.

Frontera en creación de valor.



- Innovación.
- Calidad como excelencia.
- Capacidad de respuesta hacia los clientes.
- Calidad como confiabilidad.
- Eficiencia.

Estrategias empresariales genéricas.



Son genéricas porque se pueden encontrar en industrias de diferente tipo.

- Liderazgo en costo.
- Diferenciación.
- Diferenciación enfocada.

Liderazgo en costos



Si los rivales más cercanos de una compañía cobran precios parecidos el líder en costos será más relevante



¿Cómo una empresa puede alcanzar liderazgo en costos?

- 1 Aprovecha economía de escala
- 2 Optimiza insumos, materia prima y tecnología
- 3 Produce productos estandarizados
- 4 Cultura de reducción de costos



Elementos para lograr liderazgo en costos

- 1 Importancia del precio
- 2 Productos homogéneos
- 3 Clientes sensibles al precio
- 4 Bajo poder adquisitivo del comprador
- 5 La marca no es importante

Modelo de negocio de diferenciación.



Tiene la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes de una manera que no está al alcance de los rivales

Puntos importantes que debe tomar en cuenta la empresa



Estrategia de diferenciación

Diferenciación enfocada.

Se caracteriza por hacer productos distintivos para uno o dos segmentos de mercado.



Dinámica del posicionamiento competitivo.

Tipos de estrategias competitivas basada en los competidores



Diferenciación amplia.

