



**Mi Universidad**

**NOMBRE DE LA UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD DEL  
SURESTE**

**ACTIVIDAD: ENSAYO**

**TEMA: ANÁLISIS INTERNO: COMPETENCIAS DISTINTIVAS,  
VENTAJA COMPETITIVA Y RENTABILIDAD.**

**DOCENTE: SANDRA GALVEZ MONTERROZA**

**NOMBRE DEL ALUMNO: RAYBEL GOMEZ MORENO**

**CUATRIMESTRE: 7°**

**GRUPO: A**

**FECHA: 10 DE OCTUBRE DEL 2022**

## **ANÁLISIS INTERNO: COMPETENCIAS DISTINTIVAS, VENTAJA COMPETITIVA Y RENTABILIDAD**

Para el análisis de la ventaja competitiva es una característica que se tiene de la empresa a las de la competencia, es lo que hace distintivo a todos el cual sirve para tener clientela, gracias a la diferencia que se tiene es de ayuda a que los productos tengan mayor salida, obteniendo ganancias.

De acuerdo a ello esta la ventaja distintiva que es la que se tiene las diferencias de distinguir entre los precios y calidad de los productos que están en venta.

Basando en ello se tiene el elemento de los recursos que podemos distinguirlos por tangibles e intangibles:

Los tangibles podemos encontrarlos en los bienes físicos como terrenos, inventario de las entradas ya salidas de mercancías, en edificios, planta y equipo.

Los intangibles que se encuentran en los bienes no físicos, que son los administradores, empleados de la empresa, derechos reservados, marcas comerciales.

Para ser una competencia distintiva se tiene que analizar la cadena de valor el cual es un elemento necesario para lograr impulsar a la compañía, el proceso de estudio de la cadena de valor iniciaría con los sistemas de información que es la investigación y desarrollo, de ahí se procede al estudio de la administración de materiales que están divididos en la producción, mercadotecnia y ventas y por último recursos humanos, que se basa en la atención a clientes.

De acuerdo a ello se basa en los elementos básicos de la ventaja competitiva el cual es determinado gracias a los análisis antes mencionados, contribuye a la eficiencia superior, calidad, innovación y respuesta al cliente, el cual son productos de las competencias distintivas de la compañía. En un sentido muy real, son competencias distintivas “genéricas” que permiten a una compañía.

Ayuda a diferenciar su propuesta de productos y, por lo tanto, ofrecer más utilidad a sus clientes y a reducir su estructura de costos. Estos factores se pueden considerar competencias distintivas genéricas porque cualquier compañía.

En el siguiente subtema nos habla acerca las ventajas competitivas y de rentabilidad en donde los administradores de la empresa tendrán que realizar un análisis interno, la ventaja competitiva es aquel factor determinante que los consumidores tienen en cuenta al momento de elegir una de las opciones disponibles en el mercado. Y la rentabilidad es un análisis en donde se lleva a cabo la práctica de examinar la producción actual de una empresa y pronosticar beneficios potenciales y ventas. Basado a ello se podrá medir las fortalezas y debilidades de la empresa de acuerdo al análisis que se realiza.

La durabilidad de la ventaja competitiva dependerá de factores tanto internos como externos entre los cuales nos encontramos los siguientes: Ciclo de vida del producto o servicio y Capacidad de la competencia. De acuerdo a ello están las barreras que impiden la imitación porque al grado que logran imitar el producto el éxito que tienen disminuirá. Esto lleva a la capacidad que logren tener los competidores de acuerdo con Pankaj Ghemawat, los competidores desarrollaran estrategias para imitar la competitividad de lograr el éxito de dicha compañía.

El dinamismo industrial se caracteriza por él estudio del ambiente externo, en el cual se examinan los factores que determinan el dinamismo y la intensidad de la competencia. Las industrias más dinámicas suelen ser las que tienen una tasa elevada 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.

Para la creación de una ventaja competitiva mediante una estrategia funcional se basa en dirigir, crear estrategias basadas en el análisis del entorno de la empresa, para una buena eficacia de operación de la empresa, para ello es importante tener en cuenta las relaciones entre estrategias de funciones, competencias distintivas, diferenciación, bajo costo, creación de valor y rentabilidad.

Eficiencia y economías de escala ocurren cuando una empresa se beneficia del tamaño de su operación. A medida que una empresa crece, se beneficia de una serie de eficiencias lo cual lleva a la reducción de costos unitarios el cual es provocado por la producción en grandes volúmenes. Una fuente de economías de escala es la capacidad de prorratear los costos fijos entre un gran volumen de unidades producidas. Los costos fijos son los gastos que se deben hacer para fabricar un producto, en cualquier nivel de producción.

La eficiencia y efectos de aprendizaje observa y se valora como impacto del aprendizaje. Particularmente la eficiencia se refiere a la capacidad de lograr el objetivo con el menor costo y tiempo eficaz.

La mercadotecnia y eficiencia se basan en estrategias que adaptan las compañías para tener eficiencia, la estrategia de mercadotecnia se refiere a la posición que adopta una compañía con respecto a la fijación de precios, promoción, publicidad, diseño de productos y distribución. Algunas medidas que permiten lograr una mayor eficiencia.

Manejo de materiales, entrega justo a tiempo y eficiencia: operación del proceso el cual requiere materiales y suministros a tiempo en un punto en particular, el eficaz manejo de materiales se asegura de que los materiales serán entregados en el momento y lugar adecuado, así como, la cantidad correcta.

Estrategia de recursos humanos y eficiencia las estrategias del equipo de Recursos Humanos permiten adaptar el equipo a las necesidades organizacionales y gestionar el talento de forma eficiente. La adecuada gestión del capital humano de una compañía puede ser el factor determinante a la hora de lograr o no el éxito del negocio.

## **BIBLIOGRAFIA**

Charles W. L. Hill et al (2011). Administración estratégica. Octava edición. México: Mc Graw Hill

Richard L. Daft. Administración, Thomson, 2004.

Michael A. Hitt, R. Duane Ireland y Robert E. Hoskisson. Administración Estratégica, 2008.