

CARRERA: Contaduría pública

MODALIDAD: Semiescolarizada

CUATRIMESTRE: 7°

MATERIA: Administración Estratégica

ALUMNA: Jaqueline Hernández Silvano

CATEDRÁTICO: ING. Sandra Gálvez Monterrosa

ACTIVIDAD: Ensayo

FECHA DE ENTREGA: 15 de octubre de 2022

Una compañía tiene mayor rentabilidad cuando su promedio es mayor que el de otras empresas y tiene ventaja competitiva la estrategia tiene como objetivo lograr una competitiva sostenida puede mantener una rentabilidad de la empresa.

La ventaja competitiva se basa en competencias que son las fortalezas de una empresa que le permiten diferenciar sus productos y logara costos más bajos.

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
- 3) los costos de crear esos productos

CADENA DE VALOR:

Todas las funciones de una empresa con producción, mercadotecnia, investigación, desarrollo y servicio son de mucha ayuda para poder llamar la atención del cliente. son procesos que son llevados por empresas en participar que participan en una zona urbana.

se considera la cadena de valor un proceso donde se lleva a cabo una producción de un producto donde se transforma en un producto que valoran los clientes y cuenta con actividades de apoyo:

- infraestructura de la compañía
- sistemas de información}
- administración de materiales
- recursos humanos
- investigación y desarrollo
- producción
- mercadotecnia y ventana
- servicio a clientes

Cadena de valor / Integral

1. Materia prima
2. producción
3. comercial
4. servicio

Un determinante importante de la potencia de las fuerzas competitivas en una industria y por ende de la naturaleza de las oportunidades y amenazas son los cambios que ocurren al cabo del tiempo.

Segmentos de mercado:

Técnica de dividir un mercado global en diferentes segmentos, consiste en realizar un análisis a la sociedad para ver que tantas personas consumen tal alimento o producto más que nada, ver en qué momento es lo adecuado para modificar algún producto.

DEMOGRAFICO:

- Nivel Educativo
- Edad
- Genero
- pueblo
- ciudad
- país
- clima
- zona rural
- zona urbana

5 FUERZAS DE PORTER:

Es un modelo que permite a las organizaciones realizar un análisis para enfocar sus estrategias en acciones, diferenciadoras que les permita posicionar una ventaja competitiva al crear un valor único y distintivo al cliente.

- ❖ poder negociación de los clientes
- ❖ poder de negociación de los proveedores
- ❖ amenaza de competidores entrantes
- ❖ amenaza de nuevos productos sustituidos
- ❖ rivalidad de competidores

MODELO DE NEGOCIO:

Especie de modelos mental en la que diversas estrategias e inversiones de capital que realiza una compañía para generar ingresos en rentabilidad.

Mecanismo por el cual una empresa busca generar ingresos y beneficios.

Conclusión:

se llegó a la conclusión de que todo tema visto recae en el mismo lugar que es el satisfacer la necesidad del cliente y ofrecer un producto de buena calidad siempre y cuando tomando todo lo necesario para poder producir un producto hasta la entrega.

La cadena de valor consiste en un proceso por el que una materia prima tiene que pasar hasta llegar a las manos del cliente, pero es importante recabar que antes se debe de hacer un estudio de mercado para llevar a cabo el proceso de un producto.