



## Súper nota

*Nombre del Alumno: Alexa Gabriela Rodríguez Galindo.*

*Nombre del tema: Análisis estratégico: competencias distintivas, ventaja competitiva y rentabilidad.*

*Parcial: 3da unidad.*

*Nombre de la Materia: Administración Estratégica.*

*Nombre del profesor: Víctor Manuel Martínez.*

*Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategias de negocios.*

*Cuatrimestre 7.*

*Fecha: 02 de noviembre de 2024.*

# Unidad 3

## Análisis interno

*Ventaja competitiva- cadena de valor.*

### Ventaja competitiva



Son todos los aspectos y características que hacen sobresalir a una marca o producto entre la competencia, con los que ofrecen más valor y beneficios a los clientes.

### ¿Para qué una ventaja competitiva?



Gracias a la ventaja competitiva, tienes una base de recursos para constituir tu propuesta de valor: esos aspectos son los que convierten a tu producto o servicio en la opción más conveniente para tu mercado meta.

*Tipos de ventajas competitivas*

### 1. Ventaja corporativa



Es hacer u ofrecer un producto o servicio de mejor manera que la competencia. Cuando tu empresa promociona lo mismo que otros, el consumidor tiene la oportunidad de elegir, y es aquí cuando las ventajas competitivas aparecen.

### 2. Ventaja diferencial

Está busca las características que destaquen del resto de los competidores. Es lo que hace un producto o a una marca diferente.



### 3. Ventaja competitiva sostenible

Puede tener la cualidad "sostenible" cuando está planificada a largo plazo. Este tipo de ventajas se planean para que un negocio crezca en torno a ella, durante años.



### Cadena de valor

La cadena de valor es una herramienta de análisis estratégico que determina la ventaja competitiva, con el objetivo de mejorar su rentabilidad.

# Beneficios de la cadena de valor



Un profundo análisis de la cadena de valor implica una oportunidad de desarrollo, ya que podemos ver una forma más clara porque los clientes eligen nuestros productos.

## Elementos básicos de una ventaja competitiva

### 1. Precio



Se trata de disminuir los precios en la producción, mano de obra o en la distribución de los productos, sin poner en riesgo la calidad. Cuando un precio de tu marca es accesible al consumidor tiene más posibilidades de aumentar las ventas.

### 2. Calidad

En este aspecto importa más cuidar los detalles y el prestigio de la compañía, aunque el precio no sea tan accesible para el consumidor.



### Experiencia

Está no se trata de cuanto sabes acerca de la industria, si no de la atención que brindas a los clientes ¿Qué te diferencia de los competidores?, ¿Qué te hace especial? Dar un trato único a los consumidores los vuelve leales a tu marca, todos deseamos vivir momentos memorables y si tu marca brinda satisfacción ese valor te distingue del resto.



### 4. Personalización y servicio

Hoy en día el cliente quiere que las marcas lo entiendan. Conocer mejor a los consumidores en la ventaja competitiva te hace diferente.

