



Mi Universidad

Súper Nota.

Nombre del Alumno: Siomara Grisel Vázquez Gómez.

Nombre del tema: Competencias distintivas, Ventaja competitiva y Rentabilidad.

Parcial: 3

Nombre de la Materia: Administración Estratégica.

Nombre del profesor: Víctor Manuel Martínez Pérez.

Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategia de Negocios.

Séptimo Cuatrimestre.

Comitán de Domínguez, Chiapas, 2 de noviembre del 2024.



ANÁLISIS INTERNO.

ELABORADO POR: SIOMARA GRISEL VÁZQUEZ GÓMEZ.



3.1 VENTAJA COMPETITIVA.

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 SIRVE UNA VENTAJA COMPETITIVA?

Gracias a la ventaja competitiva tienes una base para construir una propuesta de valor; ese aspecto (o varios aspectos) que convierten un producto o servicio en la opción más conveniente para el público meta.



TIPOS DE VENTAJAS COMPETITIVAS DE UNA EMPRESA.

Ventaja comparativa: Es hacer u ofrecer un producto o servicio de mejor manera que la competencia. Cuando la empresa proporciona lo mismo que otras, el consumidor tiene la oportunidad de elegir, y es aquí cuando las ventajas comparativas aparecen.



VENTAJA DIFERENCIAL.

Busca las características que destaquen del resto de los competidores. Es lo que hace un producto o marca diferente.



VENTAJA COMPETITIVA SOSTENIBLE.

La ventaja competitiva puede tener la dualidad de "sostenible" cuando está planificada a largo plazo. Este tipo de ventajas se planean para que un negocio crezca en torno a ella durante años.





3.2 LA CADENA DE VALOR.

Es una herramienta de análisis estratégico que determina la ventaja competitiva de una empresa, con el objetivo de mejorar su rentabilidad.

¿QUÉ BENEFICIOS APORTA LA CADENA DE VALOR A UNA EMPRESA?

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



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. El proceso de transformación implica una serie de actividades primarias y de apoyo que agregan valor al producto.

Actividades principales: Las actividades principales son aquellas que se relacionan con el diseño, creación y entrega del producto, su mercadotecnia y su servicio.

Investigación y desarrollo: La función de investigación y desarrollo (I y D) se encarga de diseñar los productos y los procesos de producción.



Producción: El interés principal del área de producción es la elaboración de un producto o servicio.

Mercadotecnia y ventas: Existen varias formas mediante las cuales las funciones de mercadotecnia y ventas ayudan a crear valor.

También se encuentra servicios al cliente, manejo de materiales, recursos humanos y sistema de información.