



Nombre de alumno: Ámbar Ivette López Suaznívar.

Nombre del profesor: Lic. Alejandro Aguilar morales.

Nombre del tema: 4.2, 4.3 y 4.4.

Parcial: 4.

Nombre de la materia: Organización y Estrategias Empresariales.

Nombre de la licenciatura: Administración y Estrategia de Negocios.

Cuatrimestre: 6to.

FORMULACIÓN E IMPLANTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

4.2 Estrategias genéricas.

Según Michael Porter, son tres enfoques básicos que las empresas pueden utilizar para obtener una ventaja competitiva: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque



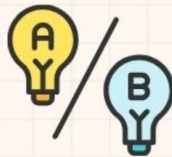
Estas estrategias buscan definir la forma en que una empresa compete en su industria, ya sea a través de precios bajos, productos o servicios únicos, o atendiendo a un nicho de mercado específico.

1. Liderazgo en Costos:

Una empresa logra el liderazgo en costos cuando tiene costos inferiores a los de sus competidores para un producto o servicio semejante o comparable en calidad.



2. Diferenciación



Esta estrategia se centra en crear productos o servicios únicos que distingan a una empresa en el mercado. Da importancia a aspectos como la calidad, la innovación, el servicio al cliente o cualquier otro atributo distintivo.

3. Segmentación enfocada en los costes

La estrategia de enfoque en costes es paralela a la de liderazgo en costes, con la diferencia de que se dirige a un segmento o nicho de mercado concreto. El objetivo es emerger como el proveedor más rentable dentro de este segmento.



4. Segmentación enfocada en la diferenciación

Esta estrategia se concentra en un nicho de mercado específico, pero busca dominarlo ofreciendo productos o servicios especializados y únicos.

4.3 Liderazgo en costos

El liderazgo en costos es una estrategia empresarial donde una empresa busca ser el productor de menor costo en su industria.



Permite:



Esto le permite ofrecer productos o servicios a precios más bajos que sus competidores, atrayendo a una amplia base de clientes. Para lograr esto, las empresas implementan medidas para reducir costos en diversas áreas, como producción, cadena de suministro y gastos generales.

FORMULACIÓN E IMPLANTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

¿Cómo funciona el liderazgo en costos?

Reducción de costos: Las empresas líderes en costos se enfocan en minimizar gastos en áreas como:



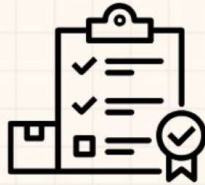
Producción:

Automatización, optimización de procesos, uso eficiente de materiales.



Cadena de suministro:

Negociación con proveedores, gestión eficiente del inventario.



Gastos generales:

Control de gastos administrativos, marketing eficiente, optimización de la distribución.

Precios competitivos:

Al reducir los costos, la empresa puede ofrecer precios más bajos, atrayendo a clientes sensibles al precio y aumentando su cuota de mercado.



Rentabilidad:

Aunque los precios sean bajos, una gestión eficiente de los costos permite mantener márgenes de ganancia razonables.

Ventajas:

- Mayor rentabilidad.
- Mayor resistencia a las recesiones.
- Ventaja competitiva.
- Flexibilidad.



Ejemplos de empresas con liderazgo en costos:



Walmart:
Conocido por su estrategia de bajos precios y su enfoque en la eficiencia de la cadena de suministro.

4.4. La cadena de valor y la estructura organizacional

son conceptos complementarios que, cuando se alinean correctamente, pueden impulsar la eficiencia y la competitividad de una empresa.

FORMULACIÓN E IMPLANTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

Cadena de Valor:

Un modelo que desglosa las actividades de una empresa en una secuencia de pasos interconectados que agregan valor al producto o servicio final.



Sus componentes:



Actividades primarias: Están directamente relacionadas con la creación del producto o servicio (ej: logística interna, operaciones, logística externa, marketing y ventas, servicio post-venta).

Actividades de apoyo:

Facilitan las actividades primarias (ej: infraestructura, gestión de recursos humanos, desarrollo tecnológico, compras).



Objetivo:

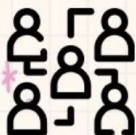
Identificar dónde se genera valor y dónde se pueden reducir costos, optimizando así la rentabilidad.

Estructura Organizacional:

La forma en que se organiza la empresa, con sus niveles jerárquicos, departamentos y sistemas de comunicación.



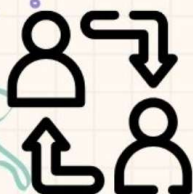
Componentes:



- **Diseño:** Define la forma en que se divide y coordina el trabajo (ej: estructura funcional, divisional, matricial).
- **Relaciones:** Establece las líneas de autoridad, responsabilidad y comunicación entre los diferentes roles.

Objetivo:

Garantizar que la empresa funcione de manera eficiente, coordinada y orientada a sus objetivos.



Relación entre ambos conceptos:

La cadena de valor y la estructura organizacional son herramientas que, cuando se utilizan de manera estratégica, permiten a las empresas optimizar sus operaciones, generar valor para el cliente y mantener una ventaja competitiva.