



Nombre del alumno : Ximena Adyelen Trujillo Solís.

Nombre del profesor: Alejandro Aguilar Morales.

Parcial: 4.

Materia : Organización y estrategias empresariales.

Grado: 6 cuatrimestre.

Licenciatura: Administración y Estrategias de negocios.

Comitán de Domínguez, Chiapas a 18 de julio de 2025.

4.2 Estrategias Genéricas

¿Qué son?

En estrategia empresarial, muchas empresas han establecido y empleado diversos enfoques. Uno de los marcos más influyentes y antiguos es el de las cuatro estrategias genéricas de Porter, propuesto por el estimado profesor de la Harvard Business School Michael E. Porter. Este método, sencillo pero convincente, ofrece a las empresas una hoja de ruta fiable para forjar su posición competitiva.



1. Liderazgo en costes

En este enfoque, el objetivo es convertirse en el productor más rentable del sector. Se hace hincapié en factores como la eficiencia, la reducción de costes, el dominio del mercado y la escala.

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

Similar al enfoque en los costes, esta estrategia se concentra en un nicho de mercado específico, pero busca dominarlo ofreciendo productos o servicios especializados y únicos.



Importancia

Las cuatro estrategias genéricas de Porter proporcionan un marco sólido para dar forma a dichas estrategias. Las empresas pueden aclarar su posición y desarrollo estratégico organizando las estrategias en estos cuatro tipos. Esto ayuda a decidir si competir sobre la base del coste (liderazgo en costes o enfoque en costes) o de la diferenciación (diferenciación o enfoque en diferenciación) y si dirigirse a todo el mercado o centrarse en un nicho específico.

Estrategias competitivas según Michael Porter



LIDERAZGO EN COSTOS

¿QUÉ ES?



La estrategia de liderazgo en costes consiste en fabricar con costes inferiores a los de los competidores un producto o servicio semejante. La ventaja en costes le permitirá a la empresa reducir sus precios hasta incluso llegar a anular el margen de su competidor directo.

CARACTERÍSTICAS

- Participar activamente en el mercado o sector.
- Controlar el diseño de los productos.
- Invertir un fuerte capital inicial.
- Afrontar pérdidas iniciales.
- Hacer frente a precios agresivos.



RIESGOS



- Adaptación continua a nuevas tecnologías y procesos de producción, para lo que es necesario estar al día de cualquier novedad y/o avance técnico que mejore la productividad.
- Exige una vigilancia constante de los costes y su adaptación a los presupuestos establecidos.
- Ignorar necesidades de mejora en I+D o análisis de mercado por centrar todos los recursos en el objetivo principal de reducción de costes.

VENTAJAS

1. Precios más bajos: al reducir los costos, las empresas pueden ofrecer precios más bajos a los clientes, lo que puede aumentar la demanda y la participación de mercado.
2. Mayor eficiencia: la reducción de costos puede llevar a una mayor eficiencia en la producción y operación, lo que puede mejorar la productividad y reducir los desperdicios.



Precios
bajos

ESTRATEGIAS



1. Economías de escala: aumentar la producción para reducir los costos unitarios.
2. Eficiencia en la producción: mejorar la eficiencia en la producción para reducir los costos y mejorar la productividad.
3. Reducción de costos fijos: reducir los costos fijos, como la renta y los salarios, para mejorar la eficiencia.

LA CADENA DE VALOR Y LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

01

Cadena de valor

La cadena de valor es una herramienta estratégica que ayuda a las empresas a comprender cómo se crea valor en cada etapa de su proceso productivo, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del producto o servicio al cliente.



02

Importancia

Permite identificar áreas donde se puede generar mayor valor para el cliente, optimizar procesos, reducir costos y mejorar la competitividad.

03

Componentes

En una cadena de valor se suele distinguir entre las actividades de valor primarias y las actividades de apoyo o secundarias. Las actividades primarias son aquellas asociadas a otorgar un mayor valor a los clientes, mientras que las actividades de apoyo son aquellas que no aportan valor a nivel directo, pero que refuerzan las actividades primarias.



04

Estructura organizacional

La estructura organizacional describe cómo se divide el trabajo, cómo se agrupan las tareas y cómo se establecen las relaciones de autoridad y responsabilidad dentro de la empresa.



05

Importancia

Una estructura organizacional bien definida facilita la coordinación, la toma de decisiones y la ejecución de las actividades de la empresa, incluyendo las actividades de la cadena de valor.



06

Componentes

Incluye elementos como departamentos, unidades funcionales, niveles jerárquicos y sistemas de comunicación.

