



**Mi Universidad**

**Super Nota**

*Nombre del Alumno: Jenny Denis González Pérez.*

*Nombre de la unidad: 4.2, 4.3 y 4.4*

*Parcial: 4*

*Nombre de la Materia: Organización y estrategias empresariales.*

*Nombre del profesor: Alejandro Aguilar Morales.*

*Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategias de Negocios.*

*Cuatrimestre: 6to*

*Fecha: 26 de julio de 2025.*

# CADENA DE VALOR Y LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

## ¿QUE SON?

Son conceptos interrelacionados que describen cómo una empresa crea y entrega valor.



La cadena de valor de Michael Porter distingue entre actividades primarias (logística interna, operaciones, logística externa, marketing y ventas, servicio) y actividades de apoyo (infraestructura, gestión de recursos humanos, desarrollo tecnológico, aprovisionamiento).



## ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Se refiere a la forma en que se organiza una empresa, incluyendo la jerarquía, los departamentos, y las relaciones entre ellos.



## RELACION ENTRE CADENA DE VALOR Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

- Una estructura organizacional bien diseñada puede mejorar la eficiencia y la efectividad de la cadena de valor.



- Por ejemplo, si la empresa identifica que el marketing y las ventas son críticos para la creación de valor, puede crear un departamento especializado en estas áreas y asignarle los recursos necesarios.



- La estructura organizacional debe reflejar la importancia relativa de las diferentes actividades de la cadena de valor.



## CADENA DE VALOR

Es un marco analítico que descompone las actividades de una empresa en una serie de pasos que agregan valor al producto o servicio.



El objetivo es identificar dónde se crea valor y dónde se pueden reducir costos o mejorar la eficiencia.



Permite a la empresa entender cómo cada actividad contribuye al valor final para el cliente y cómo se puede optimizar.



- Una estructura organizacional efectiva debe ser coherente con la estrategia de la empresa y la forma en que se llevan a cabo las actividades de la cadena de valor.



- Por ejemplo, una empresa que busca la innovación puede tener una estructura más descentralizada con equipos multidisciplinarios trabajando en proyectos, mientras que una empresa enfocada en la eficiencia puede tener una estructura más centralizada y especializada.



- La estructura organizacional debe facilitar la comunicación, la coordinación y la toma de decisiones entre las diferentes actividades de la cadena de valor.



# ESTRATEGIAS GENERICAS

## ¿QUE ES?

Según Michael Porter, son tres enfoques principales que las empresas pueden adoptar para lograr una ventaja competitiva en el mercado: **liderazgo en costos**, **diferenciación** y **enfoque**. Estas estrategias se refieren a cómo una empresa puede posicionarse para obtener un mejor rendimiento que sus competidores.



## DIFERENCIACION

Se centra en ofrecer productos o servicios únicos que son percibidos como valiosos por los clientes. La empresa busca crear una propuesta de valor distintiva, ya sea a través de características, calidad, servicio al cliente, imagen de marca u otros factores.



## LIDERAZGO EN COSTOS

Estrategia empresarial que busca ser el productor con los costos más bajos de una industria. Esto permite a la empresa ofrecer precios competitivos o mantener márgenes de ganancia saludables.



## EJEMPLOS

• **AUTOMATIZACIÓN Y TECNOLOGÍA:**  
Invertir en tecnología que optimice los procesos de producción y reduzca la necesidad de mano de obra.



• **NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES:**  
Obtener precios más bajos a través de compras a granel o acuerdos a largo plazo.



• **SIMPLIFICACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS:**  
Ofrecer una gama más limitada de productos o servicios para reducir costos de producción y gestión.



## LIDERAZGO EN COSTOS

Implica ser el productor de menor costo en la industria. La empresa busca constantemente reducir sus costos de producción, lo que le permite ofrecer precios más bajos que sus competidores y atraer a clientes sensibles al precio, o mantener márgenes de ganancia más altos.



## ENFOQUE

Se refiere a concentrarse en un nicho de mercado específico, ya sea un segmento particular de clientes, una línea de productos o una región geográfica. La empresa adapta sus productos y estrategias a las necesidades específicas de este nicho, buscando convertirse en líder o especialista en ese segmento.



## CONCEPTOS CLAVE

• **COSTOS BAJOS:**  
La estrategia se centra en reducir los costos de producción, distribución, marketing y otros gastos operativos.



• **VENTAJA COMPETITIVA:**  
Al tener costos más bajos, la empresa puede ofrecer precios más bajos o mantener márgenes de ganancia más altos que sus competidores.



• **VOLUMEN:**  
El liderazgo en costos a menudo se logra a través de grandes volúmenes de producción y ventas, lo que permite economías de escala.



• **EFICIENCIA:**  
La búsqueda de eficiencia en todas las áreas del negocio es fundamental para reducir costos.

