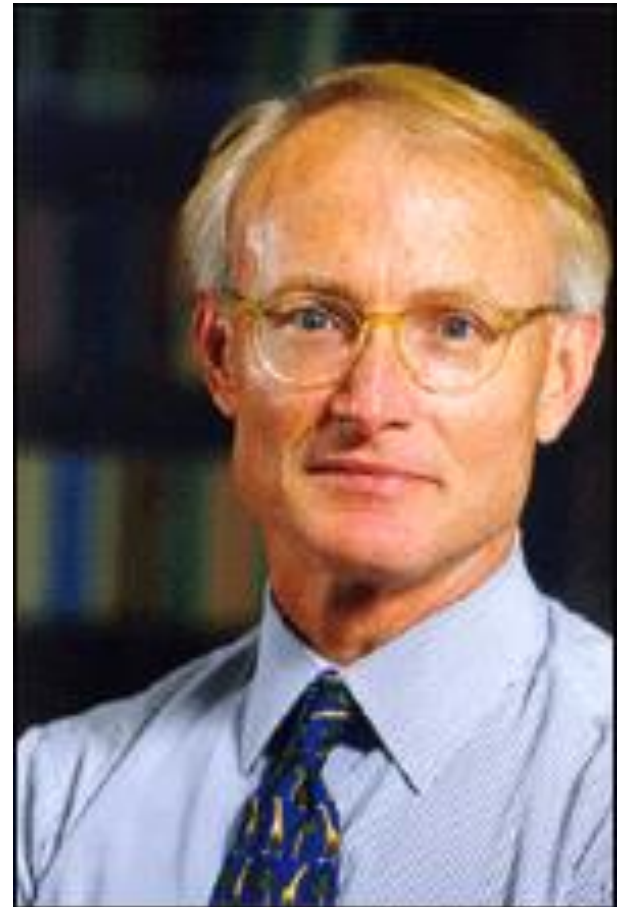
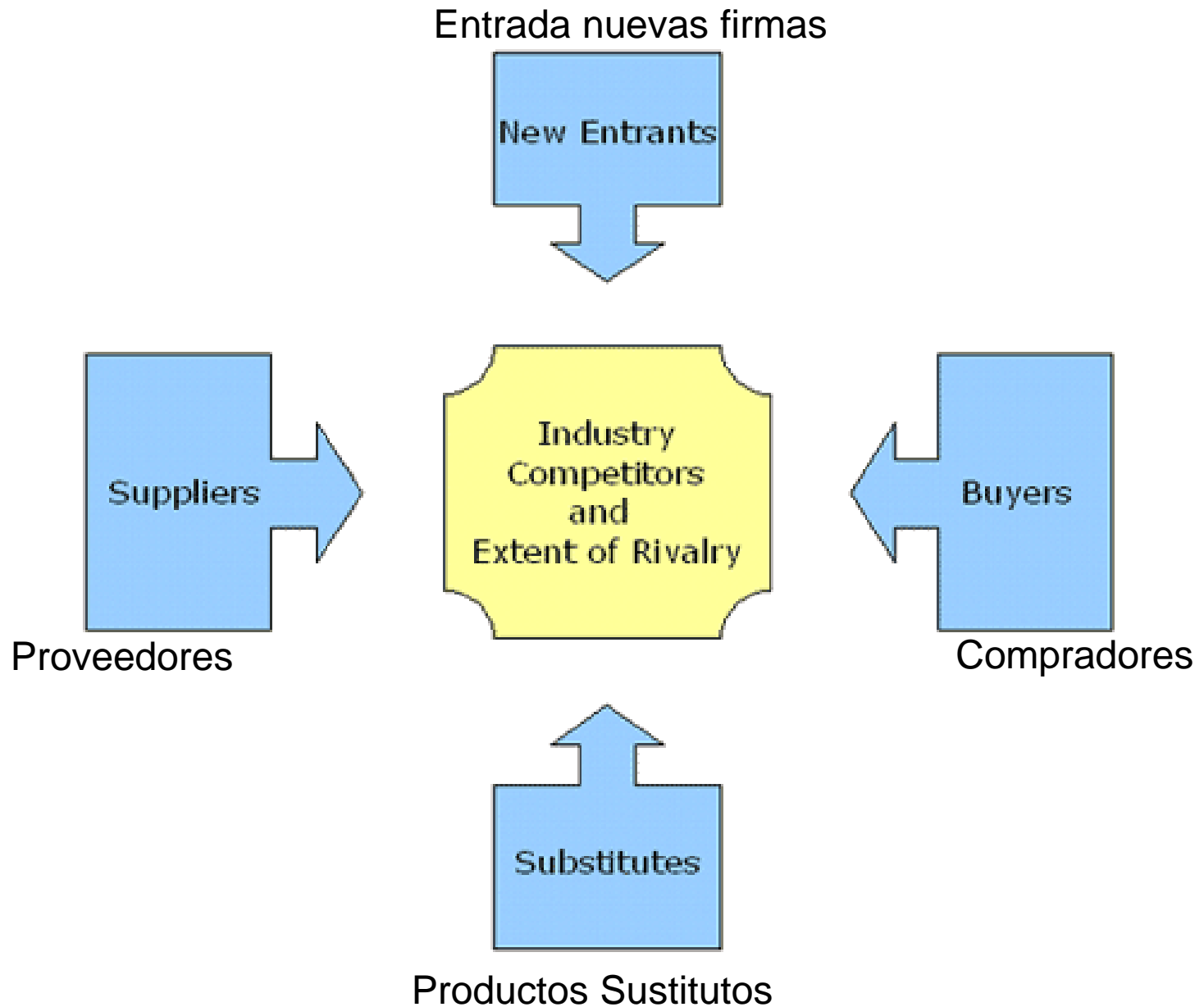


ESTRATEGIAS

Según Michael Porter

Michael Porter



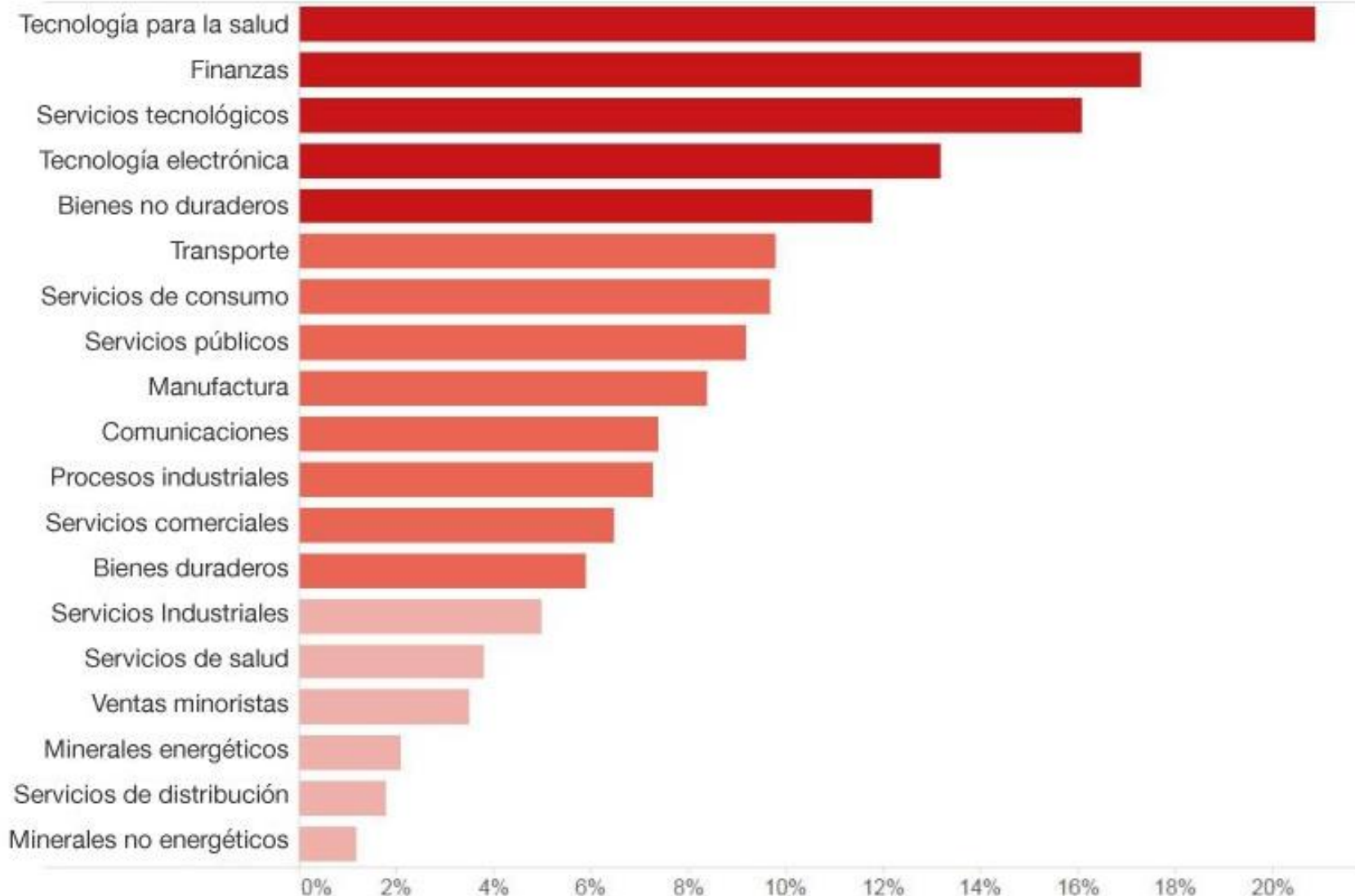


Michael Porter

El análisis del sector industrial:

Lo atractivo del sector industrial, y los determinantes de posición competitiva relativa dentro del sector. Hay sectores que por naturaleza son más lucrativos que otros y por ello, se debe analizar lo relativo de las utilidades de una empresa, respecto de las demás dentro de ese sector.

SECTORES MAS LUCRATIVOS EN CHILE...



Michael Porter

Estrategias competitivas genéricas:

Las dos tipos básicos de ventaja competitiva que puede sostener una empresa: costos bajos o diferenciación.

Michael Porter

Cadena de Valor:

La herramienta de análisis que permite ver hacia adentro de la empresa, en búsqueda de una fuente de ventaja en cada una de las actividades que se realizan.

Cadena de Valor según Michael Porter

La ventaja competitiva no puede ser comprendida viendo a una empresa como un todo, porque cada una de las actividades que se realizan dentro de ella puede contribuir a la posición de costo relativo y crear base para la diferenciación.

Cadena de Valor según Michael Porter

Una forma sistemática de examinar todas las actividades que una empresa desempeña y cómo interactúan es la **Cadena de Valor**.

Con esta herramienta, se disgrega a la empresa en sus actividades estratégicas relevantes para comprender el comportamiento de los costos y las fuentes de diferenciación existentes y potenciales.

Una empresa obtiene la ventaja competitiva, desempeñando esas actividades más barato o mejor que sus competidores.

Cadena de Valor según Michael Porter

Y, ¿qué es el VALOR?

En términos competitivos, el VALOR es la cantidad que los compradores están dispuestos a pagar por lo que una empresa les proporciona, es un reflejo del alcance del producto en cuanto al precio y a las unidades que se pueda vender.

Una empresa es lucrativa si el valor que impone excede los costos implicados en crear el producto.

El crear el valor para los compradores, que exceda el costo de hacerlo, es la meta de cualquier estrategia genérica.

El VALOR, y NO el costo, debe ser usado en el análisis de la posición competitiva.

Cadena de Valor según Michael Porter

La cadena de valor de una empresa está incrustada en un campo más grande de actividades, llamado **Sistema de Valor**.

- Los Proveedores
- Canales (valores)
- Cadena de Valor del comprador

Cadena de Valor según Michael Porter

Los **proveedores** tienen cadenas de valor que crean y entregan los insumos comprados usados en la cadena de valor de la empresa. Y los proveedores no sólo entregan un producto sino que también pueden influir el desempeño de una empresa de muchas maneras.

Además, muchos productos pasan por los **canales** de la cadena de valor (valor del canal) en su camino hacia el comprador. Los canales desempeñan actividades adicionales que afectan al comprador, así como influyen en las propias actividades de la empresa.

El producto de una empresa eventualmente pasa a formar parte de la **cadena de valor del comprador**.

Cadena de Valor según Michael Porter

El obtener y mantener la ventaja competitiva depende no sólo de comprender la cadena de valor de la empresa, sino cómo encaja la empresa en el sistema de valor general.



Cadena de Valor según Michael Porter



Cadena de Valor según Michael Porter

Son las distintas actividades que realiza una empresa. Se dividen en dos amplios tipos:

Actividades Primarias:

Son las implicadas en la creación física del producto, su venta y transferencia al comprador así como la asistencia posterior a la venta. Se dividen a su vez en las cinco categorías genéricas que se observan en la imagen.

Cadena de Valor según Michael Porter

Actividades de Apoyo:

Sustentan a las actividades primarias y se apoyan entre sí, proporcionando insumos comprados, tecnología, recursos humanos y varias funciones de toda la empresa. Las líneas punteadas reflejan el hecho de que el abastecimiento -compras-, la tecnología y la gestión de recursos humanos pueden asociarse con actividades primarias específicas, así como el apoyo a la cadena completa. La infraestructura no está asociada a ninguna de las actividades primarias sino que apoya a la cadena completa.

Cadena de Valor según Michael Porter

Las actividades de valor son los tabiques discretos de la ventaja competitiva.

Como cada actividad es desempeñada en combinación con su economía, determinará si una empresa tiene un costo alto o bajo en relación con sus competidores.

Cómo se desempeña cada actividad de valor también determinará la contribución a las necesidades del comprador y por lo mismo, a la diferenciación.

El comparar las cadenas de valor de los competidores expone diferencias que determinan la ventaja competitiva.

Cadena de Valor según Michael Porter

Realizar Diagnóstico:

Los pasos a seguir para la construcción de una cadena de valor y su posterior análisis, se resume entonces en:

Diseñar la cadena de valor: de forma que *todo* lo que se realiza dentro de la empresa quede capturado dentro de una de las actividades de valor. El principio básico para la división de actividades es aislarlas cuando:

- (1) Tengan economías diferentes
- (2) Tengan un alto potencial de impacto de diferenciación
- (3) Representen una parte importante o creciente del costo.

Cadena de Valor según Michael Porter

Examinar las conexiones: La cadena de valor no es una colección de actividades independientes, sino un sistema de actividades interdependientes. Los eslabones o conexiones son las relaciones entre la forma en que se desempeña una actividad y el costo o desempeño de otra. Por lo tanto, los mismos eslabones pueden llevar a la ventaja competitiva de dos maneras: optimización y coordinación. Los eslabones pueden reflejar también la necesidad de coordinar las actividades. Optimizando eslabones incluso se puede lograr eliminar actividades innecesarias.

Cadena de Valor según Michael Porter

Utilizar el *benchmarking* para hacer comparaciones con los competidores.

El **benchmarking** consiste en tomar "comparadores" o benchmarks a aquellos productos, servicios y procesos de trabajo que pertenezcan a organizaciones que evidencien las mejores prácticas sobre el área de interés, con el propósito de transferir el conocimiento de las mejores prácticas y su aplicación.

Cadena de Valor según Michael Porter

Evaluar el sistema de valor completo: Los eslabones entre la cadena de valor de la empresa y la de los proveedores puede proporcionar oportunidades para que la empresa aumente su ventaja competitiva, coordinándolos y optimizándolos en función de que ambos ganen de esa relación. Los eslabones de canal son similares a los de los proveedores. El valor del canal representa con frecuencia una gran parte del precio de venta para el usuario final. Hay muchos puntos de contacto entre la cadena de valor de la empresa y las de los canales, como ser fuerza de ventas, entrada de pedidos y logística externa. Como con los proveedores, la coordinación y optimización conjunta con los canales puede bajar el costo o aumentar la diferenciación.

Cadena de Valor según Michael Porter

Los compradores también tienen su cadena de valor, y el producto de una empresa representa el insumo comprado. La diferenciación de una empresa resulta de cómo se relaciona su cadena de valor con la del cliente. Se debe analizar el impacto de una empresa para la cadena de valor del comprador. El valor es creado cuando *una empresa crea una ventaja competitiva para su comprador, disminuye los costos de su comprador o aumenta su desempeño.*