



VENTAJA COMPETITIVA

COMP A



Autogestión

- ¿Cuáles son los aspectos fundamentales de la cadena de valor?
- ¿Por qué analizar la cadena de valor de la competencia puede ser una fuente clave de ventaja competitiva?
- ¿A qué se refiere con actividades de valor? ¿Cómo están divididas?
- Identificación de las actividades de valor. Defina las actividades primarias de valor.
- ¿Cuáles son las actividades de apoyo según el autor? Detalla lo principal de cada una.
- Panorama competitivo. Defina las cuatro dimensiones del panorama que afectan la cadena de valor.
- La cadena de valor y la estructura organizacional. ¿Por qué la cadena de valor puede jugar un papel valioso para el diseño de la estructura organizacional?

1. La cadena de valor es un modelo conceptual que describe las actividades que una empresa realiza para crear valor para sus clientes, y se divide en dos partes importantes, en actividades primarias y actividades de apoyo.

2. Analizar la cadena de valor donde la competencia es competente es clave para ganar ventaja a la hora de identificar fortalezas y debilidades, mejorar y diferenciarte o anticipar los siguientes movimientos de tu empresa.

3. Las actividades de valor son todas las acciones de una empresa que realiza para producir, diseñar y entregar un producto o servicio, generando valor para sus clientes. Estas actividades son fundamentales para entender como una empresa crea un valor y puede ganar ventaja competitiva.

4. Las actividades primarias de valor son aquellas directamente involucradas en la creación, producción y entrega de un producto o servicio al cliente.

- Logística Interna: Involucra la gestión eficiente de la recepción, almacenamiento y distribución de materias primas e insumos dentro de la empresa.
- Operaciones: Se refiere al proceso de transformación de las materias primas e insumos en productos finales. Es donde ocurre la producción real.
- Logística Externa: Comprende todas las actividades relacionadas con la distribución del producto terminado desde la empresa hasta el cliente final.
- Marketing y Ventas: Incluye las actividades que ayudan a atraer clientes y a persuadirlos para que compren el producto o servicio.
- Servicio: Se refiere a todas las actividades que buscan mantener o aumentar el valor del producto después de la venta.

5. Las actividades de apoyo son esenciales para el funcionamiento eficiente de las actividades primarias:

Infraestructura de la empresa: Incluye gestión general, planificación, finanzas y calidad para garantizar una buena organización y dirección.

Gestión de recursos humanos: Enfocada en el reclutamiento, contratación, capacitación y desarrollo de los empleados.

Desarrollo tecnológico: Innovación, investigación, desarrollo y sistemas de TI que mejoran procesos y productos.

Abastecimiento (Procurement): Comprende la adquisición de insumos, materias primas y recursos necesarios para las actividades primarias.

6. Porter destaca cuatro dimensiones que influyen en la cadena de valor y determinan la competitividad de una empresa:

- Alcance del segmento: Diferentes necesidades de los clientes en cada segmento de mercado.
- Alcance geográfico: Cómo la expansión geográfica afecta las operaciones.
- Integración vertical: Nivel de control de la empresa sobre sus propios suministros o distribución.
- Diversificación: Variedad de productos o servicios ofrecidos en diferentes mercados.

7. La cadena de valor guía el diseño de la estructura organizacional al identificar actividades críticas para generar valor, que deben gestionarse con prioridad. La estructura organizacional debe estar alineada con las áreas que proporcionan mayor valor competitivo