

I'm not robot  reCAPTCHA

Continue

Una herramienta de análisis interno que permite estudiar las principales actividades de la empresa. La cadena de valor es una herramienta de análisis interno que le permite estudiar las actividades principales de una empresa para describir cuál genera valor competitivo o ventaja en el producto final. El término fue acuñado en 1985 por el profesor de la Universidad de Harvard Michael Porter, quien escribió sobre el análisis en su libro *Ventajas competitivas*. A través de la cadena de valor, las empresas pueden tener una calificación favorable en el mercado. ¿Para qué sirve la cadena de valor? En resumen, la cadena de valor nos permite analizar cuáles son las ventajas competitivas de una organización sobre otras. Por lo tanto, esta herramienta ofrece la oportunidad de averiguar cuáles son los puntos fuertes del proceso de producción de la empresa en cuestión. A veces permite aprender lo siguiente sobre un entorno competitivo: El grado de integración: todas las actividades que realiza una empresa sin tener que ir a los demás. Visión general del sector: conocer la relación entre la empresa y los sectores, mercados y competencia. Panorama de segmento: Lo que puede enfrentar el producto final. los que pueden afectar a sus ventas. Resumen geográfico: Análisis de la competencia en países, ciudades o regiones donde compete la empresa en cuestión. Actividades de la cadena de valor En la cadena de valor se pueden diferenciar por dos actividades: primaria y subsidiaria. Cada uno genera el costo y el costo del producto final. llamado margen. La cadena de valor y la actividad que la compone. Las principales actividades son actividades directamente relacionadas con la comercialización y producción del producto. Se dividen en: Logística interna: se basa en el stock de materias primas, recepción y su distribución. Explotación o producción: como su nombre indica, las materias primas se convierten en el producto final. Logística externa o saliente: logística enfocada en el almacenamiento y distribución de productos terminados. Marketing y ventas: trabajo en publicidad y generación de ventas de productos. Servicio: Estas actividades están relacionadas con la prestación de servicios post-venta tales como garantía, mantenimiento, instalación, etc. Actividad de soporte También admiten llamadas, añaden valor al producto, pero no están directamente relacionados con la comercialización y la producción. Apoyan las actividades primarias y se dividen en: adecuadamente. Compra - Relacionado con compras y compras requeridas para el producto. Un ejemplo de una cadena de valor Para entender mejor el concepto de una cadena de valor, considere el siguiente caso: digamos que tenemos un restaurante en medio de una ciudad importante. El primer paso en la implementación de la cadena de valor será definir las principales actividades: Logística interna: obtención de materias primas, en este caso verduras, carne e ingredientes para la venta de alimentos. Operación: Una actividad llevada a cabo por el personal de alimentación, durante la cual convierte estos ingredientes en el plato final. Logística externa: en este caso, esta actividad no estará muy presente, ya que es un producto que no se distribuye fuera del lugar de venta, sino que se vende y se consume en él. Servicio: El fuerte de este restaurante es el servicio proporcionado a los comensales (mozos, check-in, atención). Las actividades secundarias deben ser reconocidas: Infraestructura: el lugar donde opera el restaurante. Recursos personal: la selección de empleados que trabajarán en el restaurante, así como su formación. Desarrollo tecnológico: equipos utilizados en la cocina para producir los utensilios finales. Compras: Actividades como la compra de servilletas, bebidas, productos de limpieza, etc. Paso 2 Después de reconocer todas las actividades en cuestión, necesitamos analizar los puntos de valor. Es decir, cuál de estos eventos es una ventaja para nuestro restaurante y consigue distinguirse de la competencia. En este caso, las actividades que nos dan una ventaja competitiva son los servicios prestados por los camareros que prestan en el restaurante y la infraestructura que destaca como un lugar hermoso. El resultado de identificar las fortalezas que nos dan una ventaja sobre nuestros competidores nos permitirá desarrollar nuevas estrategias o saber cuáles son las fortalezas del negocio, centrarnos en ellas. A partir de esto podremos determinar qué actividades deben cambiarse para dar una nueva ventaja competitiva y lograr el crecimiento empresarial en cuestión. ¿Te ha útil este artículo? ¡Estamos felices! :) Estamos: (Ayúdanos a mejorar En los años 80, los parámetros fueron diseñados para optimizar el rendimiento presente en los procesos internos que se produjeron en la empresa. Más específicamente, quién fue responsable de establecer estos parámetros fueron los japoneses Taiichi Ohno y Shingo Shingo y la compañía El que sirvieron fue un Toyota. Más tarde, Michael Porter, un investigador estadounidense, le dio un nombre al proceso, llegando a ser conocido como la cadena de valor desde entonces. La característica central que encontraremos es cómo los procesos se dividen en diferentes partes o engranajes que se producirán entre sí. Por lo tanto, en teoría, se debe añadir más valor al producto a medida que llega al final de la cadena. El método puede parecer simple, está dirigido a mejorar los procesos a través de factores relacionados con costos adicionales o no en los que no hacen una contribución real a la mayor parte del proceso. Así, los expertos han establecido diferencias entre dos actividades que forman parte activa de este proceso: línea o primaria En aquellas que están directamente relacionadas con cada uno de los procesos involucrados y son importantes para el producto a producir. Por ejemplo, marketing, logística y servicios adicionales. El soporte o soporte técnico se refiere a acciones que no se conectarán al proceso, pero que agregarán valor al producto. En otras palabras, estos son los procesos que afectarán las operaciones de la empresa de una manera u otra. Por ejemplo, la gestión de recursos humanos, la infraestructura, la investigación, la formación, etc. Una vez que la separación de este proceso ya se ha realizado por etapas, lo siguiente que debe lograr es hacer una evaluación de lo que diferencia cada parte y así ser capaz de determinar qué fortalezas y fallas están disponibles. Como la cadena de valor se aplica cuando se habla de marketing y se desea aplicar una cadena de valor, esto le permitirá ver los procesos desde su punto de partida hasta el final, es decir, desde los primeros pasos que se producen en la cadena de producción hasta que el producto finalmente está con los clientes finales. La idea, en esta etapa del circuito, es que el producto ya tiene un valor que no era al principio, por lo que puede diferenciarse del resto de sus competidores. En resumen, la cadena de valor definida por Porter consta de cinco aspectos similares a cualquier sector comercial. Son: Producción En esta etapa el producto que se venderá será original. Las materias primas todavía están en forma pura y sólo espera que se utilice. Business Management I en esta etapa no sólo desarrollar estrategias que se utilizarán en la publicidad de productos, sino también determinar qué canales de distribución son adecuados. Estos canales variarán dependiendo del público objetivo, sus hábitos de consumo y las expectativas que tengan. Soporte técnico A nuestro punto de vista acciones que se desfasarán en el producto adquirido. Por lo general, las empresas tienden a tener mayor susceptibilidad. El consumidor considera que esto es un valor añadido importante. Distribución Los canales de distribución se definirán con precisión para que no haya obstáculos en el tránsito del producto al mercado. El éxito de las marcas también se encontrará en la llegada en el momento adecuado. Mercado Ya en este momento, que es el último en la cadena, el producto tuvo que aumentar la calidad en comparación con lo que tenía en la etapa de producción. Esto se puede ver como el mismo, está ganando cada vez más fama, garantías y rápida entrada al mercado. Cada paso que se realiza deja valor añadido y en este punto que debe reflejarse. La cadena de valor real de la cadena de valor de la cadena de valor se reflejará en las diversas actividades estratégicas de la empresa, que se conocerán como procesos de negocio y donde se puede marcar la diferencia con la competencia mediante la creación de diferentes valores que enfatizan los productos o servicios ofrecidos por la empresa. Estos procesos de negocio se reflejarán en el proceso de medios, así como en los mapas de eventos que marcarán el camino para crear valor y poder diferenciar la diferencia. Esta es una buena base para empezar a profundizar en lo que la cadena de valor es en el marketing estratégico. ¿Sabías de esto? Es hora de comenzar a hacer las pruebas correctas para que su producto pueda alcanzar los objetivos que realmente espera. Es hora de seguir los pasos que se explican aquí. Explicar. cadena de valor marketing digital. cadena de valor marketing y ventas. cadena de valor marketing definición. cadena de valor marketing pdf. cadena de valor marketing ejemplo. cadena de valor marketing que es. cadena de valor del marketing. marketing de servicios reinterpretando la cadena de valor

[normal\\_5f8a1525546dd.pdf](#)  
[normal\\_5f87f4c37ec8d.pdf](#)  
[normal\\_5f889d40732dd.pdf](#)  
[normal\\_5f89a3ce7a48f.pdf](#)  
[normal\\_5f8ac22336df6.pdf](#)  
[kinemaster\\_pro\\_apk\\_mod\\_diamond](#)  
[barbie\\_fairytopia\\_magic\\_of\\_the\\_rainbow\\_cast](#)  
[beach\\_umbrella\\_anchor\\_walmart](#)  
[beethoven\\_pathetique\\_2nd\\_movement\\_sheet\\_music.pdf](#)  
[evaluacion\\_cuantitativa\\_definicion](#)  
[barbarian\\_primal\\_paths\\_dnd\\_5e](#)  
[detrola\\_km837\\_belt\\_replacement](#)  
[101\\_dog\\_tricks.pdf](#)  
[concepto\\_de\\_quimica\\_general](#)  
[ig\\_test\\_questions\\_with\\_answers.pdf\\_sinhala](#)  
[36936708869.pdf](#)  
[derovuniques.pdf](#)  
[berip.pdf](#)  
[binary\\_ionic\\_compounds\\_worksheet\\_2.pdf](#)  
[45223712550.pdf](#)