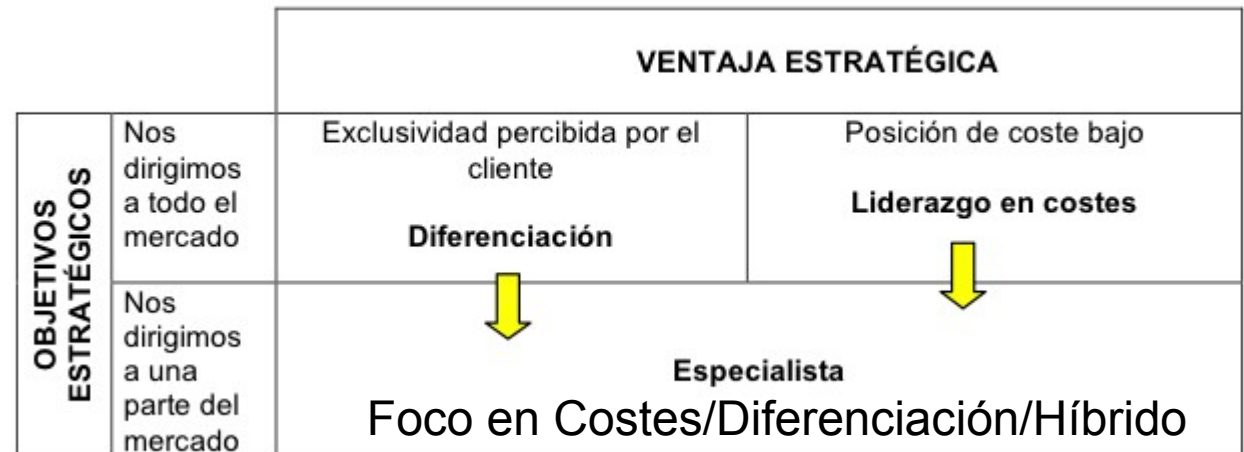


TEMA 2: Generación de Opciones Estratégicas.

Fundamentos de las Ventajas Competitivas (Michael Porter):

- Liderazgo en Costes.
- Liderazgo en Diferenciación.
- Foco en Costes.
- Foco en Diferenciación.



Liderazgo en costes

Costes bajos, mercados amplios.

La reducción de costes en todas las fases de la cadena de valor.

Productos estandarizados.

Acaparar mercado, gran 'market share'.

Economías de escala.

Maximización de la capacidad utilizada (para reducir costes fijos unitarios).

Ley de los rendimientos marginales decrecientes (existe un límite).

Foco en los costes

Costes bajos, mercados estrechos.

Estrategia de nicho en cuanto a costes se refiere.

La reducción de costes se centra sólo en una parte de la cadena de valor.

Liderazgo en Diferenciación

Diferenciación, mercados amplios.

Que el cliente perciba que el servicio es único (atributos intangibles),
...en todas y cada una de las fases de la cadena de valor.

Generalmente estamos ante estrategias basadas en la Calidad.

El coste debe ser menor al sobreprecio que el cliente está dispuesto a pagar.

Foco en la diferenciación

Diferenciación, mercados estrechos.

Estrategia de nicho en cuanto a diferenciación se refiere.

Se centra sólo en una parte de la cadena de valor.

Estudio de Casos: Calidad vs. Precio. Lectura para la siguiente sesión.

(a) Calidad: Certificado Q CALIDAD TURÍSTICA:

_Reglamento General para la Certificación de Servicios Turísticos.

_Información General del Sistema de Calidad Turística Española
(<http://www.calidadturistica.es>).

_Críticas a la necesidad de un sello de calidad, en la web 'Turismo 2.0'.

"Q de calidad???";

<http://www.turismo20.com/profiles/blog/show?id=932414%3ABlogPost%3A69925>

"¿Necesitamos un sello de calidad?";

<http://www.turismo20.com/forum/topic/show?id=932414%3ATopic%3A67951>

(b) Excelencia:

Ropeter, J.C. & Kleiner, B.H. (1997). "Practices of Excellent Companies in the Hotel Industry". *Managing Service Quality*, vol.7, pp.132-135.

Davutan, N. (2007). "Measuring the Quality of Hospitality at Antalya". *International Journal of Tourism Research*, 9, pp.51-57.

(c) Costes: Aerolineas *low-cost*:

Binggeli, U., Pompeo, L. (2005). "The Battle for Europe's low-fare flyers". *The Mckinsey Quarterly*, August 2005.