

**Ventaja competitiva
sostenible en el tiempo**

Diferenciarte o retirarte



Un mercado, una industria, un mismo producto o incluso un mismo servicio; ¿qué tienen en común? Los protagonistas, es decir, las empresas. Todas ellas se encuentran en una competencia constante, una contra la otra, apuntando todas al mismo objetivo: ser los mejores. Pero, ¿cómo lograrlo? Pues a través de una **ventaja competitiva sostenible en el tiempo**.

Ahora, ¿por qué es tan importante? Porque al agregar valor a tu compañía lograrás que ésta sobresalga, que los márgenes de ganancia sean más amplios y, sobre todo, que tu público se encariñe con tu marca y la prefiera por encima de la competencia y, esto significará que hoy en día, tu producto o servicio funciona para tus clientes y que logró conectarse con ellos. Por otro lado, si no se tiene una ventaja que diferencie a la compañía, el precio se convierte en el protagonista, lo que terminará en que lo ofrecido al cliente se convierta en una compra de necesidad y definida únicamente por el costo, lo que rápidamente puede ser copiado y superado por la competencia. En este caso, la decisión de compra se basará solo en el precio.



Para que lo último no suceda y podamos obtener ese aspecto distinto que hará que tu compañía sobresalga, se debe tener en cuenta algunos puntos muy importantes, como por ejemplo, debes conocer muy bien a tu competencia y, mucho más, a tu público. Una vez que conozcas sus objetivos, identifiques sus estrategias, entiendas sus necesidades e incluso sus deseos, seremos capaces de elaborar estrategias que nos permitirán crear o mantener una ventaja competitiva sostenible en el tiempo.



Es importante mantener vigente la ventaja competitiva sostenible en el tiempo. Recordemos que mientras más difícil sea copiar la ventaja diferencial que se genera de la ventaja competitiva sostenible en el tiempo, más vigente se mantendrá la organización. Una ventaja diferencial debe ser capaz de evolucionar para mantenerse en el mercado y así poder darle siempre una excusa al cliente para sentirse satisfecho, ganador y tranquilo al pagar más por nuestro producto.

En base a nuestros objetivos y cambios en el mercado podemos realizar replanteamientos que nos ayuden a crear situaciones favorables; pero, debemos considerar que cada ventaja diferencial que podamos crear, no va a servir de nada si no la ponemos en práctica y si no sabemos cómo lograr que se mantenga en el tiempo. Para esto, debemos tener en cuenta que la competencia siempre estará pendiente de empresas "diferentes" como la nuestra. Por esto, se debe tener en claro de dónde viene nuestra ventaja diferencial ya que así comprenderemos de manera clara la fuente, cómo se produjo y cómo podemos lograr que evolucione.

Las empresas pueden o no contar con una ventaja competitiva sostenible en el tiempo que les permita diferenciarse. Lo importante es que si no se cuenta con ella se debe tener claro cuál debería ser y a partir de ahí desarrollar una estrategia que la construya. Si ya se cuenta con una, se deben desarrollar estrategias que la mantengan y que la capitalicen.



STRATGIA

Su apoyo estratégico

www.stratgia.com

Teléfono:

(51) 364-5311

Información:

servicioalcliente@stratgia.com

