

Ventaja Competitiva

La ventaja competitiva se presenta cuando existe un rasgo o característica de una persona o empresa, que resalte lo suficiente dentro de sus similares y que sirva para aumentar su superioridad en términos competitivos. Es posible que esta ventaja sea un beneficio, siempre y cuando se emplee la estrategia adecuada. No siempre se suele sacar provecho a las ventajas.

¿Cuándo se tiene una ventaja competitiva?

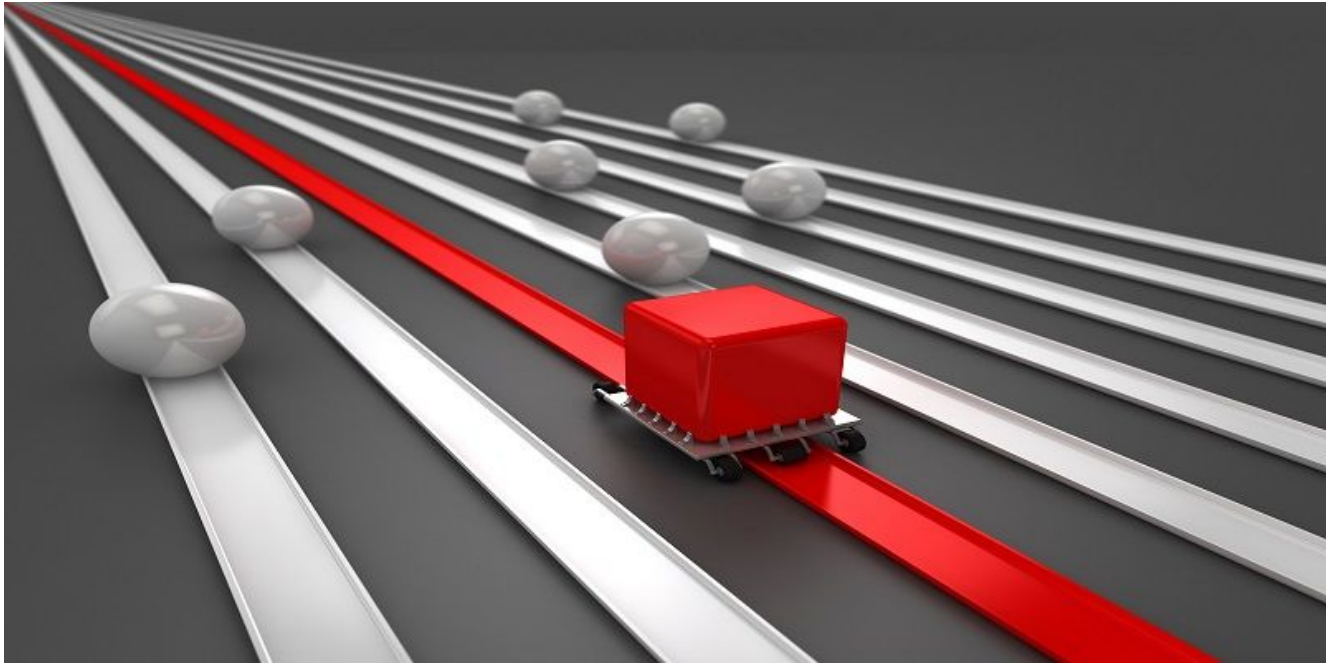
En un mundo globalizado como el actual y sobre todo, en escenarios de economía capitalista, se suele presentar una búsqueda incansable de ventajas competitivas o bien, las empresas hacen lo posible por impulsar y sacar el mayor provecho de las que se tienen.

Algunos casos de ventajas competitivas pueden ser: Cuando se tiene acceso a fuentes de energía natural, alguna ubicación estratégica como cercanía a puertos o restaurantes en zonas comerciales.

También puede presentarse si una empresa cuenta con un desarrollo importante de la tecnología, lo que facilitará crecer en su infraestructura y servicios. Asimismo, puede observarse en casos de empresas que cuentan con una mano de obra altamente calificada o que han creado algún invento importante y de gran innovación.

A menudo las grandes marcas también suelen tener grandes ventajas, sobre todo si ya gozan del reconocimiento del [consumidor](#).

¿Cuáles son sus características?



Para que exista una ventaja competitiva deben presentarse los siguientes aspectos:

1. **Potencialidad.** Se debe analizar a futuro, ya que las ventajas deben sostenerse por el mayor tiempo posible.
2. **Debe ser claramente superior a sus competidores.** Este rasgo presenta obstáculos con la presencia de «productos sustitutos».
3. **Debe estar segmentada en función al cliente.**
4. **Es importante contar con la patente,** en caso de que sea un invento o un diseño innovador. Las imitaciones y plagios pueden acabar con la ventaja.
5. **Generar reconocimiento en el sector,** esto hace que el producto logre un posicionamiento firme.
6. La calidad y sobre todo, **la cualidad** del producto es esencial, lo estará diferenciando en el mercado de la competencia.

Tipos de ventaja competitiva

Como se ha dicho, se pueden conseguir ventajas competitivas, para ello, se realizan las siguientes estrategias:

- **Liderazgo en costes:** Se busca crear ventaja a partir de la oferta de bienes y servicios a bajo costo, esto hace que el usuario se incline rápidamente hacia estas empresas, lo que representa un reto importante para los que no pueden presentar una estrategia similar. Una de las estrategias claves es ajustar la estructura de costo.
- **Diferenciación de productos:** Caso contrario a la estrategia anterior, porque aquí se busca generar valor con el producto, es decir, resaltar la calidad y calidad del bien o servicio y se eleva el costo. Esto genera una especie de exclusividad y el público se esfuerza para adquirirlo. Se pueden ver algunos casos cuando se asigna una categoría «premium».

Segmentación de mercado



Es una estrategia que se utiliza como el paso previo antes de realizar un «[liderazgo de costes](#)» o una «diferenciación de productos». Una vez que se conoce al público se pueden aplicar cualquiera de las estrategias anteriores, esto sin duda, aportará las ventajas para que tu empresa logre diferenciarse de la competencia.