



**Nombre de la alumna: Sarina López González.**

**Nombre del profesor: Gerardo Garduño Ortega.**

**Nombre del trabajo: Ensayo.**

**Materia: Organización y administración de servicios.**

PASIÓN POR EDUCAR

**Grado: 7° Cuatrimestre**

## VENTAJAS COMPETITIVAS

Como punto de partida, las ventajas competitivas en el área industrial suelen tener mayor excelencia cuando se suman a una mejor posición que los contrincantes puesto que hoy en día suele ser muy complicado lanzar al mercado productos nuevos y es aún más difícil ser el único productor. Esto se debe a la debida competencia que se presenta en empresas del mismo ámbito por lo que se debe de buscar una ventaja competitiva. Toda industria que está expuesta tiene que crear y obtener alguna estrategia útil para así mantenerse en el mejor posicionamiento de sus productos.

*Como bien afirma (HUBSPOT, 2022)“Una ventaja competitiva son todos los aspectos y características que hacen sobresalir a una marca o producto entre la competencia, con los que ofrecen más valor y beneficios a los clientes. Las ventajas pueden variar, pero el factor más importante de esta estrategia no es centrarse en lo que se vende, sino en cómo se vende”.*

Es decir, una ventaja competitiva es toda aquella habilidad que tiene completamente una empresa, lo que permite que su estrategia sobresalga en la organización de su mercado. Una de las ventajas que se sostiene es la manera de competir con las otras y la forma de posicionarse delante de ellas.

Para continuar, las ventajas competitivas suelen dividirse en interna y externa; la primera consiste en los precios de producción puesto que ofrece menores precios de calidad y lo ubica por arriba de sus adversarios. Mientras que la segunda procede a centrarse como empresa exclusiva en sus características de su producto o marca que resalte entre el resto de sus competidores.

Por el otro lado para crear este tipo de programas debe de ser planeada para poder dar un nuevo enfoque sobre la manera en la que se va a relacionar los clientes, así como considerar cada una de sus características que la definen, es decir; debe de ser única ante cualquier otra empresa que no tenga algo similar a lo que la organización ofrece, también no debe de ser fácil de imitar, en otras palabras es asegurar que la competencia no busque la forma de copiar tu propia ventaja y por ultimo debe ser sostenible en el tiempo, esto se hará realmente competitiva de forma que no se limitaría o se venciera en un tiempo no muy largo.

Elementos principales de la ventaja competitiva;

**Precio:** Consiste en disminuir los precios en la producción sin que se ponga en riesgo su calidad, cuando el precio de tu marca o producto es accesible se tiene más posibilidad de aumentar las ventas.

Calidad: Se apoya en cuidar detalles y su prestigio de la compañía, aunque el precio no es tan accesible es ideal para posicionarte como el líder del mercado.

Experiencia: Encargado de dar una atención única a los consumidores lo cual para el comprador le brinda seguridad y satisfacción que lo distingue del resto.

Personalización y servicio: Mantener un servicio personalizado hace que los clientes sepan que son el centro de tu negocio.

Se considera tres tipos de ventajas competitivas más relevantes;

Ventaja comparativa: Es hacer u ofrecer el mejor servicio o bien el producto de la mejor manera que la competencia, esto se ve más reflejada cuando se proporciona lo mismo que las otras y el consumidor tiende a elegir la calidad de servicio.

Un ejemplo claro sería la empresa de coca cola y Pepsi, actualmente se dedican a la industria de bebidas refrescantes no obstante su producción es casi similar pues a fin de cuentas queda a decisión del cliente que tendrá la opción de elegir lo que más se acorde a sus necesidades como el precio, la publicidad o la presentación etc.

Ventaja diferencial: Buscan las características singulares que resalten del resto.

El modelo sería Apple que a lo largo de los años se ha logrado posicionarse en el mejor mercado de la tecnología con diseños únicos y un sistema propio a pesar de tener más enfrentamiento con otras semejantes compañías.

Ventaja competitiva sostenible: Acostumbra a estar planificada a largo plazo, este se planea para que el negocio siga creciendo y dure por varios años.

El ejemplo es Amazon que ha logrado asegurar la base de sus clientes lo que le ha permitido ser reconocido en todo el mundo, antes que nada, comenzó a dar una oferta de precios bajos eso era una buena opción para mejorar la experiencia del usuario lo cual atraía a nuevos clientes de esta forma el ciclo continuo y que a base de ello sigue fortaleciendo la marca a la perfección.

Para concluir, podemos afirmar que el desarrollo de una ventaja competitiva es y será el primer paso para posicionar a tu organización en los mercados más actuales y debe estar presente un buen plan de marketing también es muy importante poner atención a la competencia, debido al igual que nosotros, también está en un proceso de desarrollo de elementos que van a diferenciar de las demás industrias.

## Bibliografía

*HUBSPOT*. (26 de ABRIL de 2022). Obtenido de VENTAJAS COMPETITIVAS:  
<https://blog.hubspot.es/marketing/ventaja-competitiva>