

INTRODUÇÃO

O presente trabalho propõe definir uma estratégia empresarial, através de conceitos que são relevantes no mundo globalizado e competitivo em que estamos. A esta estratégia dá-se o nome de Vantagem Competitiva.

Vantagem Competitiva é a competência exclusiva da empresa, ou seja, não pode ser copiada, ou dificilmente será, pelos seus concorrentes, por isso gera uma posição de mercado superior e duradoura. É um diferencial que realça a sua oferta quando fornece razões para os clientes escolherem-na e não a de seus concorrentes.

A Vantagem Competitiva não deve ser só diferente ou única, precisa ser desejada, buscada e almejada pelos seus clientes. Deve ser constante e consistente, e não pode ser substituída pela sua concorrência.

Ela ocorre durante a construção do Planejamento Estratégico, que permite à empresa definir em que direção caminhar, orientando suas competências perante as ameaças e oportunidades para que, assim, possa atribuir valores aos seus potenciais clientes, bem como criar atrativos para conquistar novos.



DESENVOLVIMENTO

Segundo Zaccarelli (1996), *“vantagem competitiva é qualquer característica do produto ou serviço da empresa que os clientes reconhecem com um diferenciador positivo em relação a outras empresas e, por isso, são atraídos para comprar da empresa.”*

Segundo Porter (1998), *“A estratégia é uma força poderosa na determinação dos resultados competitivos.”*

Segundo Porter (1998), *“Os desenvolvimentos tecnológicos e competitivos já interligam muitos negócios e estão criando novas possibilidades para a vantagem competitiva.”*

Segundo Porter (1998), *“Uma empresa só é capaz de superar em desempenho os concorrentes se conseguir estabelecer uma diferença preservável.”*

Segundo W. Chan Kim (2005), *Os oceanos vermelhos representam todos os setores hoje existentes. É o espaço de mercado conhecido. Já os oceanos azuis abrangem todos os setores não existentes hoje. É o espaço de mercado desconhecido.*

Segundo W. Chan Kim (2005), *A maioria das empresas segue os oceanos vermelhos por que a estratégia corporativa é fortemente influenciada pelas estratégias militares. A estratégia militar é confrontar um oponente e tirá-lo do campo de batalha – oceano vermelho. O oceano azul por sua vez, é sobre fazer negócios onde não há competição. É sobre criar novas terras.*

Oceanos Vermelhos	Oceanos Azuis
Competir nos mercados existentes	Criar mercados inexplorados
Vencer os concorrentes	Tornar os concorrentes irrelevantes
Aproveitar a demanda existente	Criar e capturar uma nova demanda
Exercer o trade-off valor-custo	Romper o trade-off valor-custo
Diferenciação OU Baixo Custo	Diferenciação E Baixo Custo

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mundo atual, devido a globalização, é competitivo, proporcionando transformações. Por esta razão as organizações devem pensar e agir de forma estratégica. Devido as mudanças rápidas e ao aumento da concorrência na busca de competitividade, a gestão deve adotar métodos mais adequados a esta nova realidade.

A melhor forma para manter-se a frente do concorrente é usar da criatividade e inovação, assim a empresa irá antecipar a análise de seu problema e criar uma medida estratégica para saná-lo.

A Vantagem Competitiva busca um diferencial no mercado e, por isso, procura destacar-se como a melhor em seu ramo de atividade.

O sucesso no mundo atual depende de respostas rápidas e capacidade gerencial para coordenar recursos tangíveis e intangíveis a fim de que atinja o objetivo organizacional. Portanto o novo padrão de competitividade exige que uma performance de uma empresa esteja relacionada ao valor de seus recursos e às suas competências.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ZACARELLI, S.B. **Estratégia moderna nas empresas.** São Paulo: Zarco, 1996.
- PORTER, Michael ; MONTGOMERY, A. Chyntia **Estratégia: a busca da vantagem competitiva.** São Paulo: Campus, 1998.
- KIM, Chan. W ; MAUBORGNE, Renée **A estratégia do oceano azul.** São Paulo: Campus, 2005.