



ESTRATEGIAS  
RESPONSABLES  
DE NEGOCIO

# ¿CÓMO CREAR UNA ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN PARA MI EMPRESA?



EN LA COMPETENCIA,  
LA GENTE CON PASIÓN  
ES LA DIFERENCIA”

**Grace D. Lieblein**

Una estrategia de diferenciación es una táctica empleada por una empresa con el objetivo de sobresalir de manera notable en el mercado. Esta distinción se consigue al presentar características, cualidades, tecnologías y otros aspectos que la destacan de manera positiva frente a sus competidores.

---

En esta guía te explicaremos cómo crear tu propia estrategia de diferenciación para tu empresa o negocio y así poder destacar en el mercado.

## ¿Qué es y para qué sirve tener una estrategia de diferenciación?

La estrategia de diferenciación es usada por una empresa para que sus productos o servicios se perciban como únicos y originales.

El propósito de aplicar esta estrategia es resaltar el producto o servicio en un mercado sobrecargado y con una fuerte competencia. Lo que busca esta estrategia es brindar una experiencia única y valiosa que permita a la empresa captar la atención de su audiencia.

Cuando un negocio emplea estrategias de diferenciación, agrega un valor distintivo que sus clientes pueden percibir y valorar. Y como resultado se obtiene la fidelidad del comprador.

## Ventajas de tener una estrategia de diferenciación:

- Resaltar dentro del mercado
- Llegar a nuevos clientes
- Fidelización y generación de lealtad de los clientes
- Aumentar el valor de los productos y servicios de la empresa
- Mejorar el posicionamiento de marca

# Tipos de estrategias de diferenciación

1

## Diferenciación del producto

Consiste en ofrecer un producto o artículo único en cuestiones de: diseño, características, tecnología, funcionalidad, tamaño, color, sabor, etc. Y esta estrategia suele acompañarse con ofertas distintivas.

2

## Diferenciación por calidad

Se caracteriza por ofrecer productos y/o servicios con un alto estándar de calidad respecto a la competencia, empleando en su elaboración los mejores materiales y con procesos avanzados de producción.

3

## Diferenciación por precio

En esta estrategia las marcas ofrecen una diferencia en su estructura de precios, ya sea por un precio bajo o alto y resaltan de la competencia por el costo que requiere su compra. Lo importante es que el precio no afecte de manera negativa en la percepción del mercado objetivo.

4

## Diferenciación por estrategia comercial

Consiste en vender los productos o servicios con una forma de promoción o venta distinta al de la competencia. Los casos más comunes suelen diferenciarse por su imagen, métodos y canales de comunicación, como una atención al cliente especial.

## ¿Cómo crear mi estrategia de diferenciación?

Aunque no existe una fórmula exacta para lograrlo, si puedes considerar diversos aspectos al momento de pensar en esa calidad o característica que hará a tu marca o productos diferentes al resto, por ende te aconsejamos seguir las siguientes recomendaciones.

**Analiza a los competidores:** inicia por identificar quienes son tu competencia directa e indirecta y encárgate de investigar a fondo, ¿Qué hacen estos competidores para diferenciarse?, ¿Qué tiene o hace en particular cada competidor para tener ventas? y ¿Cómo fidelizan a sus clientes los competidores?

En este punto pueden serte de utilidad emplear técnicas como el benchmarking o el mystery shopper. Así como plantearse el crear un sistema de fidelización de clientes para tu marca si es que aún no cuentas con uno. Para ello te recomendamos descargar nuestra guía gratuita sobre: ¿Cómo crear una membresía para mi empresa?

**Analiza la rentabilidad de la estrategia de fidelización:** con esto nos referimos a que una vez que tengas en mente cuál puede ser tu estrategia de diferenciación, haz un análisis de si esta estrategia es rentable a futuro, ¿Tener esta diferenciación implica un aumento de los costos? De ser así, ¿Será necesario aumentar el precio del producto o servicio? Si la respuesta es afirmativa, ¿Los clientes estarán dispuestos a pagar un precio más alto?

En este punto puede serte útil aplicar una encuesta de satisfacción de tus clientes, para escuchar y conocer qué es lo que realmente quieren tus clientes o qué podrías mejorar de tu producto o servicio. Por ende te recomendamos descargar nuestra guía gratuita sobre: ¿Cómo hacer una encuesta de satisfacción eficiente?

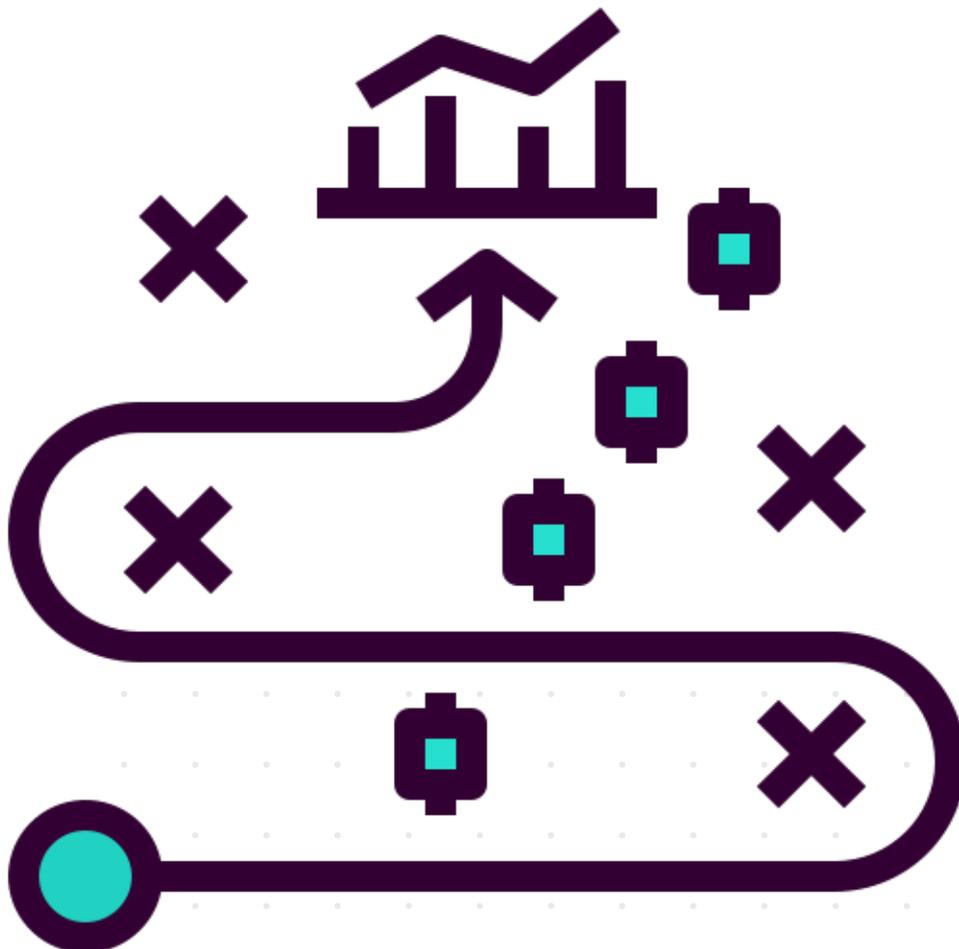


También sería útil llevar a cabo una investigación de mercado, ya que así puedes obtener una respuesta real del mercado objetivo, pues es fundamental no responder a las preguntas anteriores solo en lo que tú crees o te gustaría que pasara, si no en datos y cifras reales.

Y no olvides preguntarte: ¿Qué tan fácil es que los competidores copien mi estrategia de diferenciación? Pues de nada serviría tener una diferencia que una vez que los competidores se enteren puedan copiarla e implementarla sin mayor dificultad.

**Plantéate objetivos medibles y mide tus resultados:** puedes realizar una prueba de tu estrategia de diferenciación con un grupo de clientes. Esto te ayudará a saber si vale la pena emplear la estrategia a todo el mercado, si es necesario hacer ajustes y cambios en la estrategia o incluso saber si la estrategia no funcionará y mejor plantear una estrategia distinta.

Al momento de plantear tus objetivos recuerda hacerlo mediante la metodología SMART, es decir, los objetivos deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales. También puede serte de utilidad para este punto usar estrategias de investigación como los focus group y entrevistas a profundidad.



## Casos de éxito

Existen muchos ejemplos de éxito de diversas marcas y sus estrategias de diferenciación, aquí te dejamos algunos muy conocidos.



### Apple

Esta marca se ha dedicado a diferenciar sus productos por su estatus y calidad, así como en su diseño y tecnología dejando en segundo plano su funcionalidad, que a primera vista pareciera ser el aspecto más importante al comprar un producto como lo son: celulares, audífonos, computadoras, tablets, etc. Su estrategia va más allá, brindando a sus clientes un estatus y una imagen que las demás marcas en el mercado no lo hacen.



### Tesla

Esta empresa ha optado por ofrecer una tecnología innovadora y sostenible, al mostrar su compromiso consciente con el medio ambiente, llegando así al mercado social que se preocupa por el impacto ambiental. Dejando en segundo plano la estética y diseño de los vehículos, que suelen ser las características a las que se enfocan más las empresas de automóviles.



### Dove

Por último el caso de Dove se enfoca más en el mensaje que como marca transmiten y comunican del cuidado personal, la realidad de la belleza y aceptación corporal. Sus valores como empresa los hace destacar como una organización con un alto compromiso social. Dejando atrás a los típicos estereotipos de cuerpos y pieles perfectas, haciendo una inclusión con diversos tipos de cuerpos, edades y etnias.



Con esto hemos llegado al final de esta guía, esperando que haya sido de utilidad para ti y puedas emplear esta información en tu negocio de manera exitosa, recuerda que una buena estrategia de diferenciación es aquella que logra fidelizar a tus clientes y hacer que prefieran tu marca a las demás, no importa si esto implique pagar más para adquirir tu producto o servicio siempre y cuando sea justificable y el cliente se sienta satisfecho.

“ EL MUNDO ESTÁ  
CAMBIANDO MUY RÁPIDO. EL  
GRANDE YA NO VENCERÁ MÁS  
AL PEQUEÑO, MÁS BIEN EL  
RÁPIDO VENCERÁ AL LENTO ”

**Rupert Murdoch**

# ESTAREMOS FELICES DE AYUDARTE

Si necesitas una asesoría o la cotización de algún servicio, puedes contar con nosotros.

**En TON!C nos especializamos en:**

Comunicación y  
mercadotecnia  
responsable

Diseño gráfico  
y editorial

Programación  
web y sistemas

Sostenibilidad





ESTRATEGIAS  
RESPONSABLES  
DE NEGOCIO

## México

+52 1 442 157 1136  
solucion@tonic.mx

## Panamá

+507 294 2550  
lmaldonado@tonic.lat

[www.tonic.lat](http://www.tonic.lat)

