

Presentacion

Nombre: Bradigson Nuñez

Matricula: 2018-6114

Profesor: Huascar Frias Vilorio

Trabajo: Practica Unidad IV 2parte

La empresa o multinacional de TIC, que seleccione es APPLE.

• Crear una lista de tres fortalezas actuales.

Fortalezas de Apple

Este aspecto del FODA de Apple identifica las principales fortalezas que le permiten a la compañía resistir a las amenazas de su entorno de negocios. Estas amenazas pueden reducir el rendimiento del negocio, y en el caso de Apple las fortalezas organizacionales más notorias son:

- Interface bien innovada
- Velocidad del software muy buena
- Fuerte imagen de marca
- Altos márgenes de ganancia
- Proceso de innovación efectivo

Según lo que estuve viendo e investigando: Apple es una de las marcas más valiosas y fuertes en el mundo. Esta parte del análisis FODA muestra que la empresa es capaz de introducir nuevos productos y rentables en virtud de la sólida imagen de marca que posee. Adicionalmente, Apple mantiene una estrategia de precios de productos Premium, lo cual le permite obtener altos márgenes de ganancia. Esta es una fortaleza muy importante, ya que le permite a la empresa mayor flexibilidad para ajustar los precios mientras se asegura de obtener fuertes ganancias.

• Crear una lista de tres debilidades actuales

Debilidades de Apple

En este aspecto del análisis FODA de Apple, el énfasis se hace sobre las debilidades o insuficiencias de la empresa. Las debilidades pueden convertirse en obstáculos que impiden el crecimiento de la compañía. En el caso de Apple, las principales desventajas organizacionales son:

- Red de distribución limitada
- Precios altos
- Ventas limitadas al mercado de gama alta

- El software de cada generación solo innova en lo físico (prácticamente el mismo pone con diferentes formas e interface gráfica.
- Forzar a los usuarios a adquirir sus productos, generando lentitud en los dispositivos y deteniendo el soporte de los más viejos.

Apple tiene una red de distribución limitada debido a la política de exclusividad de la empresa: Apple escoge cuidadosamente a los distribuidores autorizados de sus productos. Esta parte del análisis FODA de Apple muestra que tal estrategia de exclusividad permite el control sobre la distribución de sus productos, pero limita el alcance de mercado de la marca.

• **Crear una lista de dos oportunidades para el futuro.**

Oportunidades de Apple

Este aspecto del análisis FODA de Apple muestra las oportunidades más significativas que podrían ser explotadas por la empresa. Las oportunidades influyen la dirección estratégica de la organización. En el caso de Apple, estas son las oportunidades más significativas en su ambiente de negocios:

- Expansión de la red de distribución
- Crecimiento en la demanda de tablets y smartphones
- Creación de nuevas líneas de productos

Apple tiene la oportunidad de expandir su red de distribución. Esta oportunidad se relaciona directamente con su debilidad de limitada red de distribución que vimos anteriormente. Esta parte del análisis FODA de Apple pone especial énfasis en la necesidad que tiene la empresa de cambiar su estrategia de distribución. Una red de distribución expandida puede ayudar a la empresa a llegar a más clientes en el mercado global.

- **Crear una lista con dos amenazas para el futuro.**

Amenazas enfrentadas por Apple

En este aspecto del análisis FODA de Apple, nos enfocamos en las amenazas desde varias fuentes, principalmente los competidores. Las amenazas pueden limitar o reducir el rendimiento financiero de las empresas. En el caso de Apple, las principales amenazas son:

- Competencia agresiva
- Imitaciones
- Aumento de costos laborales en los países donde se ubican las plantas de producción de Apple

La fortaleza de la competencia en una industria depende en gran parte de la agresividad de las empresas. Apple compete con empresas como Samsung, que también innova muy rápidamente. Esta parte del análisis FODA de Apple muestra el efecto limitante de la competencia agresiva. Debido a la agresividad de los competidores, es necesario tener una base fuerte para mantener la ventaja competitiva.

Adicionalmente, Apple se enfrenta a la amenaza de las imitaciones. Esta amenaza es importante debido a la gran cantidad de fabricantes que pueden imitar fácilmente los productos Apple. Algunas marcas locales o regionales pueden imitar parcialmente el diseño de los productos Apple. Además, los costos de mano de obra crecientes en los países donde Apple cuenta con plantas de producción, como China, pueden reducir los márgenes de ganancia o empujar hacia arriba aún más los ya elevados precios de la marca.