

# Ensayo De Planeación - Empresa hipotética

David Gabriel Corzo Mcmath

2020-Mar-02 22:03:00

## 1. Empresa hipotética

La empresa se dedica al desarrollo de software de toda índole. Diseña aplicaciones científicas, educativas y personales es decir que los clientes las mandan a hacer.

### 1.1. FODA

<b>Fortalezas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Tiene autoridades capacitadas con habilidad gerencial</li><li>■ Gestiona problemas internos bien</li><li>■ Tiene una coordinación interna óptima</li></ul>	<b>Oportunidades:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Demanda de avances tecnológicos avanzados está en aumento.</li><li>■ Productos tecnológicos son remunerados muy bien.</li></ul>
<b>Debilidades:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ El posicionamiento respecto a las demás empresas es bajo por tener poco tiempo en el mercado.</li><li>■ La competencia tiende a ganar clientes por el tamaño de la empresa.</li></ul>	<b>Amenazas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Los productos del software tienen alta demanda hoy en día.</li><li>■ Las empresas y los individuos tienen necesidad de tener software fácil de usar y confiables al igual que personalizables.</li></ul>

### 1.2. Valores

- Nosotros nos complicamos para que usted no.
- Privacidad y alta calidad en el trabajo.
- Sistema de ciberseguridad altamente confiable.
- Soporte técnico con la aplicación.
- Aplicaciones altamente confiables que aportan valor en términos de facilidad.
- Aplicaciones independientes.

#### 1.2.1. Misión y visión

- Misión: “Crear software y productos que den al cliente poder de utilizarlos con facilidad y que puedan personalizar fácilmente su aplicación”
  - ¿Quiénes somos?
    - Somos una empresa que esta comprometida a dar a nuestro clientes los productos con calidad y atención, empleando prácticas de comunicación para entender qué es lo que el cliente quiere exactamente y así poder acertar con más precisión lo que el cliente se imagina.

- ¿Cuál es la promesa de servicio?
  - Pretendemos poner a prueba la premisa que el precio de la facilidad de uso de un programa es la falta de personalización del programa.
- ¿Qué ofrecemos que nos hace únicos?
  - Facilidad y personalización.
- ¿Quiénes son nuestros clientes?
  - Las personas que estén interesadas en tener aplicaciones que estén altamente mantenidas y que sean versátiles y personalizables.
- Visión: “Llegar a ser líder en software por especializarnos en programas fáciles de usar y personalizables”
  - ¿ Hacia dónde vamos ?
    - Mediante el enfoque que le damos a la facilidad y a la personalización queremos crear algún día aplicaciones altamente funcionales, tan personalizables que no requieran casi nada de mantenimiento.
  - ¿ En qué queremos ser un referente ?
    - Innovadores y excelentes oyentes a lo que nuestros clientes quieren.
  - ¿ Cómo nos vemos en el futuro ?
    - Haciendo grandes proyectos para grandes clientes.
  - ¿Cuál será nuestro legado ?
    - La corriente de pensamiento que poder tener una aplicación fácil de usar y personalizable no son mutuamente excluyentes.

### 1.3. Estrategia global de competencia

- La estrategia global de competencia para esta empresa será idealmente la de enfoque ya que se concentra mucho en gente con demandas muy peculiares y a gente con necesidades muy especializadas, una persona común y corriente no demandará que le hagan un app con tantas especificaciones.
- La estrategia de producto será especializada, los precios serán por su mayoría acordados exclusivamente con el cliente, además se observa que el mercadeo será sólo hacia un segmento de mercado.
- Los puntos de ventas serán pocos y se darán por su mayoría interacciones virtuales con el cliente.
- La estrategia global de competencia.
- Se intentará ser una empresa que tenga atención personalizada con el cliente para entender a profundidad qué es lo que necesita.

## 2. Plazos de la planeación estratégica

Plazo	Criterios	Justificación del plazo
Corto plazo (1 año):	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Periodo de recuperación de inversión</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Dado a que el producto será caro y será una inversión de gran escala dependiendo de las ventas de cada periodo vale la pena planear el posible evento que no se llegue al equilibrio.</li> </ul>
Mediano Plazo (5 años):	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Velocidad de cambio en la tecnología.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ El hecho que la tecnología siempre está cambiando es algo que se tiene que tomar muy en cuenta, por ejemplo si Apple lanza un nuevo teléfono las aplicaciones y el software se tiene que adaptar a los cambios en el sistema operativo de ellos.</li> </ul>
Largo plazo (10 años):	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Barreras de entrada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Conforme vamos creciendo valdría la pena planear el evento de entrar a nuevos mercados a brindar nuestros productos y servicios puede complicarse por las barreras de entrada.</li> </ul>

### 3. Fuerzas competitivas de Michael Porter

Debido a que esta empresa es nueva en el mercado, lo que determina la competitividad en estos mercados con más relevancia son los clientes y la competencia.

#### 3.1. Clientes

Se tiene que tener un conocimiento vasto de quién es mi mercado, mi mercado idealmente son todas las personas que requieran servicios de software a precio diferenciado y por enfoque dado a que son productos especializados en los que se aprecian ciertas características muy rebuscadas como la personalización de un software. Entonces nuestros clientes son todas las personas interesadas en tener software personalizable y fácil de usar. El tamaño del mercado en este sentido sería algo limitado, además no somos los únicos en el mercado que ofrecerá este tipo de productos, los clientes tienen que tomar una decisión acerca de a quién le comprarán.

##### 3.1.1. Competencia en el mercado

Actualmente los “tech giants” son una gran amenaza, pero precisamente por que ellos hacen software restrictivo en cierto sentido, se entiende que los productos que ellos harán serán orientados a la producción en masas, por ende nos diferenciamos, nosotros haríamos software orientado a la persona individual y adaptado a las necesidades puntuales de nuestros clientes. En este aspecto la competencia son las empresas de freelancing, superar a estas empresas probará a ser una labor complicada dado a que ellos se diferencian por su bajo costo.

#### 3.2. Conclusión

Dado a que los competidores son menores y los clientes son limitados se concluye que es un mercado poco competitivo dado a que los factores que determinan la competitividad han salido bajos. La competencia es relativamente baja pero con el reto de también del tamaño del mercado ser pequeño.