

# Ensayo De Planeación

David Gabriel Corzo Mcmath

2020-Mar-02 22:03:00

## 1. Empresa que admiro: Apple

Es una empresa que ha sido líder en el mercado de tecnología por un tiempo de por lo menos una década. Esta empresa hace unos meses llego a ser valorada en un trillón de dólares, es una empresa multinacional que aporta día a día mucho valor a sus consumidores.

### 1.1. FODA

<b>Fortalezas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Alta capacidad de gestionar problemas.</li><li>■ Capacidad gerencial ágil.</li><li>■ Capacidad de adaptarse bien al mercado.</li><li>■ Capacidad de trabajar con diversos tipos de personas.</li><li>■ Capacidad de innovar constantemente.</li></ul>	<b>Oportunidades:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Áreas que se están globalizando tienen alta demanda por dispositivos electrónicos fáciles de usar.</li><li>■ A la gente le está atrayendo el ecosistema Apple que se obtiene al adquirir dispositivos con ellos.</li><li>■ Hay un alto crecimiento en las tendencias por el uso de un teléfono móvil a el uso de una computadora.</li></ul>
<b>Debilidades:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ La empresa es muy grande y tiene problemas de competitividad con ciertas regiones del mundo.</li><li>■ Los productos tienden a tener baja compatibilidad con productos competidores.</li></ul>	<b>Amenazas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Impuestos en diversos lugares.</li><li>■ Legislación gubernamental de cada región puede ser problemática para la empresa.</li><li>■ Ciudad ambiente: los desperdicios tecnológicos preocupan a los clientes.</li><li>■ Coronavirus: muchas partes son creadas en China y la baja producción podría causar deficiencia en sacar el producto.</li></ul>

### 1.2. Valores

Los valores de dominio público de esta empresa son:

- Accesibilidad: productos fáciles de utilizar.
- Educación: servicios educativos fáciles de usar.
- Ambiente: proporciona un ambiente confiable a sus trabajadores.
- Inclusión y diversidad: un equipo de trabajo diverso.
- Privacidad: productos que no comprometen la seguridad del individuo.

- Ofertante responsable: un proveedor de productos que es confiable y no va a quedar mal.
- Integridad y responsabilidad con el cliente.

### 1.2.1. Misión y visión

- Misión: “to bringing the best user experience to its customers through its innovative hardware, software, and services.”
  - ¿Quiénes somos?
    - Una empresa que se compromete con sus clientes a tener los mejores productos en términos de usabilidad y experiencia de usuario.
  - ¿Cuál es la promesa de servicio?
    - Facilidad, excelencia, experiencia de usuario inolvidable.
  - ¿Qué ofrecemos que nos hace únicos?
    - A comparación de la competencia tenemos una interfaz de usuario que nos hace únicos, además tenemos un sistema operativo prácticamente a prueba de virus, además todo es fácil de manipular y de hacer.
  - ¿Quiénes son nuestros clientes?
    - Todas las personas interesadas en productos de calidad que tengan grandes capacidades y sean fáciles de usar.
- Visión: “This vision set in stone follows a few key and core believes: Making great products , Focusing on innovation , Simplicity in place of complexity , Control the primary technologie, behind Apple’s products, Focus on a few key projects, Excellence as the standard”.
  - ¿ Hacia dónde vamos ?
    - Mediante el enfoque en innovación están intentando “complicarse ellos para que tu no tengas que complicarte”.
    - Excelencia.
  - ¿ En qué queremos ser un referente ?
    - Innovadores, excelencia en productos que sean fáciles de usar.
  - ¿ Cómo nos vemos en el futuro ?
    - Haciendo productos grandes.
    - Concentrandonos en innovación.
  - ¿Cuál será nuestro legado ?
    - “Simplicity in place of complexity” dejar la corriente de hacer productos fáciles de usar que brinden al cliente poder.

### 1.3. Estrategia global de competencia

- La estrategia es diferenciación: dado a que respecto a sus competidores en el mercado tiende a sacar productos que se diferencian respecto a los de los demás, en términos de precio son significativamente más caros que sus competidores y esto sólo por el hecho de ser la marca que son, sus productos son considerados por muchos un bien de status.
- Es notable cuál es su estrategia de producto o servicio ya que brindan bienes con mucho valor agregado, por otro lado a pesar que producen vasta cantidad de producto se tiende a considerar un producto que tiene muchos fans, ellos compran el producto no mas sale al mercado, e inicialmente siempre es escaso encontrar un producto apple cuando es muy nuevo.
- La estrategia de mercado es especialmente interesante también por el hecho que como son productos de status se dan cosas como ediciones especiales vendidas a un precio diferenciado respecto a sus competidores.

- La estrategia de ventas, Apple sólo distribuye sus productos a través de una cadena global de vendedores autorizados, estas son características medulares de una estrategia global de competencia de diferenciación.
- Estrategia global de competencia es además de diferenciación innovación, la innovación se ve claramente cuando Apple saca múltiples productos en un lapso relativamente corto.

## 2. Plazos de la planeación estratégica

Plazo	Criterios	Justificación
Corto plazo (1 año):	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Periodo de recuperación de la inversión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Dado a que Apple tiende a sacar productos con una demanda que se puede deducir con algún nivel de certeza inelástica el periodo en el que se recuperará la inversión es parte de la planeación estratégica a considerar a corto plazo.</li> </ul>
Mediano plazo (5 año):	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Periodo fiscal.</li> <li>■ Velocidad de cambio en la tecnología.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Dado a que Apple opera en una vasta cantidad de países y regiones el periodo fiscal no sólo de su sede matriz si no que de cada región y país en la que operan es grandemente afectada por lo que decida el gobierno local que hay que atribuirle al fisco.</li> <li>■ La velocidad de cambio es un factor influyente por el hecho que hay competidores y es más fácil posicionarse en el mercado si son los primeros en lanzar una nueva tecnología. También en términos de mantenerse al tanto, si no se mantiene al tanto de cómo progresa la tecnología y qué demandan sus clientes habrán pérdidas.</li> </ul>
Largo plazo (10 año):	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Barreras de entrada y salida a nuevos mercados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Dado a que las barreras de entrada a cada país son diferentes al Apple estar ya instalado en una vasta cantidad de países se puede deducir que se necesita conocimiento para especular cómo va a estar el mercado en 10 años, qué tan factible es salir, un ejemplo es Venezuela, hay que planear si se necesita salir o entrar a nuevos mercados.</li> </ul>

## 3. 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.

### 3.1. 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>

### 3.2. 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.

#### 3.2.1. 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.

### 3.3. 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.

## 4. 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> <li>■ Periodo fiscal.</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> <li>■ Conforme el gobierno existe a través del tiempo se van cambiando las legislaciones pertinentes al fisco, se debe planear para estas posibles modificaciones que se puedan agregar al sistema fiscal.</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 cabe planear el evento que entrar a nuevos mercados a brindar nuestros productos y servicios puede complicarse por las barreras de entrada.</li> </ul>

## 5. Fuentes

- <https://fourweekmba.com/apple-mission-statement-vision-statement/>
- <https://www.apple.com/>
- <https://www.apple.com/newsroom/2017/11/the-facts-about-apple-tax-payments/>