

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

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

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 está comprometida a dar a nuestros 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 míticamente 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	Objetivos globales
Corto plazo (1 año):	Periodo de recuperación de inversión	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.	Dado a que la empresa está en fases iniciales se necesita recuperar el capital para poder llegar a sobrevivir por ahora. Objetivo recuperar un 30 % de utilidades derivadas de las ventas para un lapso de un años.

Mediano Plazo (5 años):	Velocidad de cambio en la tecnología.	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.	Dado a que el ambiente tecnológico es uno de los más cambiantes del mercado se tiene que mantener al tanto de qué tanto cambian, esto está alineado al objetivo de Soporte técnico de nuestros productos y también alineado al sistema de seguridad Cybernética. Objetivo: estar al tanto de los cambios y surgimientos de nuevas tecnologías en un lapso de 5 años.
Largo plazo (10 años):	Barreras de entrada a nuevos mercados.	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.	Conforme se expande la red de operación de una empresa se expande se puede llegar a volver un obstáculo entrar a nuevos mercados, alineado con el objetivo de crecer y expandirse. Objetivos: Expandir la red de operación a Centro América y así poder derivar más ganancias, crecer en tamaño de la empresa, ser un potencial líder del mercado para el 2030.

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.

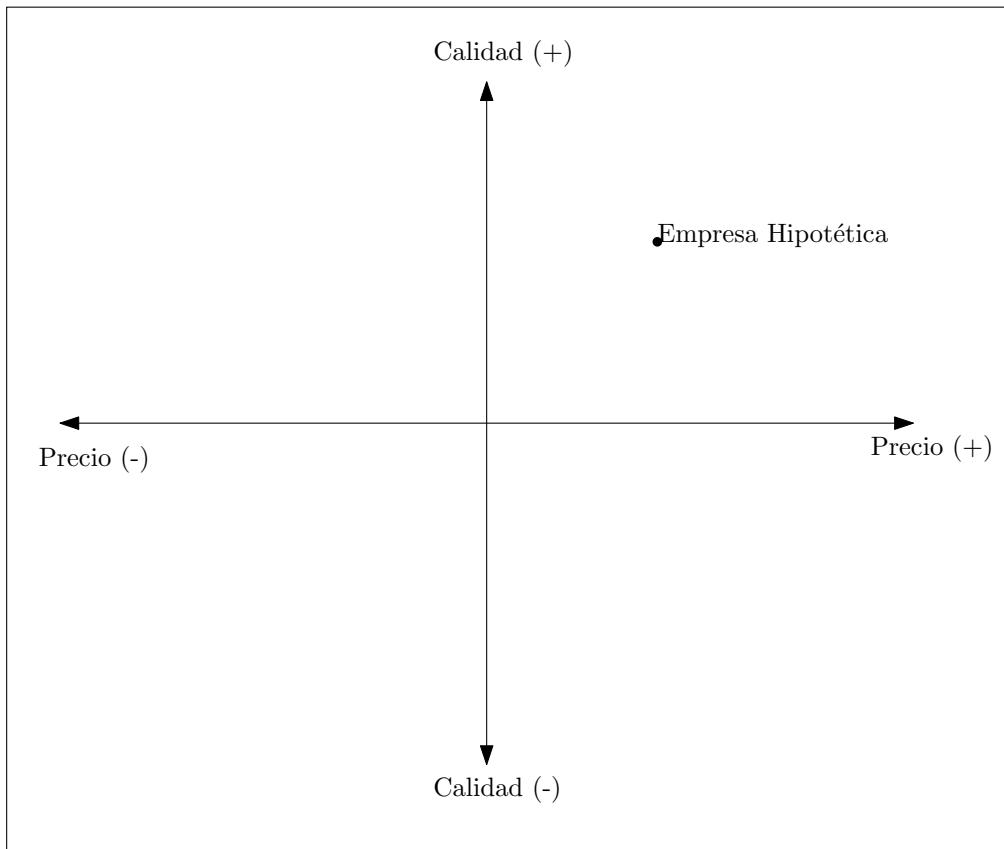
3.1.1. Competencia en el mercado

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.

3.3. Matriz de posicionamiento



4. Áreas clave

Áreas clave	Core / Soporte	Descripción y justificación	Alineación con objetivos globales
Software de calidad y fácil de usar	Core	Debido a los valores que se han determinado a partir de las tendencias y necesidades de los clientes es necesario que el producto cumpla con las características ofrecidas.	Análisis: Alineado con el objetivo de crear productos fáciles de usar, alineado con la misión. Poder verificar estos objetivos por medio de las ventas, encuestar a los clientes para medir su nivel de satisfacción con el producto. Alinear lo ofrecido con lo entregado al cliente. Objetivo global: Considerar este objetivo para cumplimiento a corto plazo es decir en un lapso de un mes tras haber entregado el primer producto, o en abril de este año.

Software personalizable	Core	Análisis: Una de las características ofrecidas ha sido precisamente poder personalizar software fácil de usar.	Análisis: Es necesario cumplir con lo que ofrecemos para poder cumplir con el objetivo de expandirnos y quedar bien con nuestros clientes. Objetivo global: Como objetivo tenemos para al largo plazo que la empresa crezca de un 30 % a un 50 % en un lapso de 10 años o en el 2030.
Atención al cliente	Soporte	Análisis: Parte de lo que implica saber definir qué quiere el cliente es darle mucha atención y asesoramiento, es por eso que es necesario poder darle atención al cliente cuando lo necesite.	Análisis: Para poder posicionarnos mejor es bueno tener una reputación en la que se favorece el trato personal de las gestiones individuales de los clientes. Objetivo global: Para aplicación inmediata a priori de elaborar el primer producto se debe tomar en cuenta que el servicio cumpla con la característica ofrecida, esto se pondrá en práctica desde el primer momento en el cual la empresa esté operando.
Software independiente	Soporte	Parte de los que se ofrece es la característica de tener software que no dependa de otros o cuyos procesos internos necesiten configuraciones avanzadas para poder operar, pretendemos evitar que el cliente se encuentre en estas situaciones, por eso es importante que se piense el software con esta característica desde un principio	Análisis: Alineado con el objetivo de cumplir promesas de nuestros servicios. Objetivo global: esta característica debe de ser cumplida desde el momento en el que se empiece la elaboración del primer producto es decir en 1 mes o en abril del presente año.
Red de distribución	Core	Expandirse ha sido un objetivo de la empresa desde el principio, conforme crezcamos se necesita priorizar la red de distribución.	Análisis: Alineado con la visión de la empresa. Objetivo global: Para largo plazo (en 10 años o en el 2030) expandir nuestras operaciones a toda Centro América tras haber crecido por lo menos un 50 %.
Gestión rápida de problemas	Core	El mantenimiento y soporte técnico de nuestras aplicaciones es una característica principal de nuestros servicios y productos, es por eso que es de vital importancia que se tenga una forma de poder asesorar al cliente si llegase a darse un determinado problema.	Análisis: Alineado con el objetivo de soporte técnico y mantenimiento de nuestros productos, alineado también con el objetivo de responsabilizarnos por nuestros productos. Objetivo global: Este servicio se debe de ofrecer inmediatamente tras haber entregado el primer producto, se estima que en 1 mes o en abril de este año.

5. Fuentes

1. <https://venturebeat.com/2019/12/30/10-technology-trends-that-will-impact-our-lives-in-2020/>

Constancia de entregas

Primera Entrega

Excelente

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 llegó 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

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

1.2. Valores

Los valores de dominio público de esta empresa son:

■ coronavirus: muchas partes son
creadas en China y la baja producción
podría causar deficiencia en sacar
el producto

- Accesibilidad: productos fáciles de utilizar.
- Educación: servicios educativos fáciles de usar.

Integridad

- Ambiente: proporciona un ambiente confiable a sus trabajadores.

- Inclusión y diversidad: un equipo de trabajo diverso.

Responsabilidad

- Privacidad: productos que no comprometen la seguridad del individuo.

con el cliente

- Ofertante responsable: un proveedor de productos que es confiable y no va a quedar mal.



2. 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.

2.1. FODA

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

2.2. Valores

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

Segunda entrega

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 llegó 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

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

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 beliefs: 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 un 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. 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.

2.1. FODA

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

2.2. Valores

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

2.2.1. 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 está comprometida a dar a nuestros 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 mútuamente excluyentes.

2.3. 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.

3. Fuentes

- <https://fourweekmba.com/apple-mission-statement-vision-statement/>
- <https://www.apple.com/>

Tercera Entrega

Revisado por mí
Fecha: 2020-03-09

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 llegó 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

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

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 bring 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 beliefs: Making great products , Focusing on innovation , Simplicity in place of complexity , Control the primary technology, 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.

2. 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.

2.1. FODA

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

2.2. Valores

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

2.2.1. 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 está comprometida a dar a nuestros 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 están 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 venmos 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 mútuamente excluyentes.

3. Fuentes

- <https://fourweekmba.com/apple-mission-statement-vision-statement/>
- <https://www.apple.com/>