***Fundamentos de ADE***

*David Martinez*

*Néstor Martínez*

*Salvador Molina*

*Miguel Rosado*

*Javier Ruiz*

* **Práctica 3: Misión, visión y objetivos.**
* **Misión de IKEA:**

Ikea trata de ofrecer una amplia gama de productos de muebles para el hogar, bien diseñados y funcionales a precios bajos para que sean asequibles para la mayor cantidad posible de personas.

IKEA crea una relación de cooperación: encuentra ofertas en todo el mundo y compra en grandes cantidades, luego los clientes eligen los muebles y los compran en uno de sus establecimientos de autoservicio.

«De este modo, todos juntos ahorramos dinero para mejorar nuestras vidas cotidianas», explican.

Al usar palabras como «juntos» y «todos», una empresa tan grande como IKEA se vuelve más accesible y atractiva para los clientes.

* **Visión de IKEA:**

Mejorar la vida diaria de muchas personas.

IKEA muestra que las personas no solo adquieren objetos en sus tiendas, sino algo más: comodidad y funcionalidad para su día a día.

Al introducir una visión tan significativa y de largo alcance, se diferencia de otras cadenas que ofrecen simplemente muebles y no algo más allá.

* **Objetivos de IKEA**
* IKEA brindará en todas sus tiendas el concepto de autoservicio donde le facilitará al cliente una interacción con cada uno de los productos de las tiendas.
* Se realizará una expansión a nuevos mercados internacionales debido a la gran aceptación y demanda de sus clientes.
* Establecerá espacios donde el cliente pueda disponer de otros servicios, tales como: Restaurantes y guarderías.
* El área de TALENTO HUMANO formará al personal de trabajo en una postura de compromiso, identidad con los objetivos de la compañía y siempre en disposición de servicio.
* Se lograrán eslabonamientos adecuados y eficientes en la cadena de valor.
* **Misión de McDonald's:**

Proveer un ambiente divertido y seguro donde nuestros clientes disfruten de buena comida con ingredientes de calidad y a precios accesibles.

La misión de McDonald’s es simple y enfocada a la vez. Quieren reafirmar su posición en los consumidores de manera constante, de tal forma que sean la mejor opción y la gente no dude en ir a sus establecimientos.

Así es como logran tener un negocio rentable y poderoso a más de 70 años de su fundación.

* **Visión de McDonald's:**

Movernos hacia un crecimiento rentable y hacer a McDonald's aún mejor para servir nuestra comida deliciosa a más clientes, cada día y en todo el mundo.

La compañía alimentaria quiere más: más ventas y en más lugares, en el día, la tarde y la noche. No son tímidos al buscar una rentabilidad extraordinaria, así que su visión es expansiva.

* **Objetivos McDonalds:**
* Según un estudio de la Universidad del Pacífico en 2016, McDonald’s ha llegado a ocupar la posición 318 en el ranking de compañías globales, con ingresos anuales de hasta más de 22.000 millones de dólares. Estos famosos restaurantes son en realidad una gran corporación y por lo tanto deben mantenerse rentables para seguir en el negocio.
* La lealtad del cliente es un objetivo importante de esta cadena de comida rápida. Sin este punto, habría un descenso de consumidores, lo cual significaría en menos testimoniales positivos de clientes a amigos y familiares.
* La mayoría escoge a McDonald's debido a su atmósfera atractiva y amigable, en sus instalaciones suele haber asientos cómodos, televisores y áreas de juegos para niños. La conveniencia también es importante, ya que los clientes quieren su comida preparada de manera rápida y eficiente.
* McDonald's abrió su primer restaurante en 1954. Para 2011. La franquicia operaba más de 32.000 restaurantes sirviendo a más de 60 millones de personas al día en más de 100 países. La empresa apunta a la uniformidad. Si estás en París, encontrarás que sus hamburguesas son iguales a las que se venden en los restaurantes ubicados en Nueva York. Además, busca mejorar continuamente su imagen como formador de carreras, en lugar de solo un proveedor de empleos con salario mínimo y sin desarrollo friendo hamburguesas.
* **Misión de Nike:**

“Llevar inspiración e innovación a cada atleta del mundo.”

Nike tiene un mercado objetivo tan amplio como cada persona en el mundo. Ya que el concepto que tienen de un atleta no se limita a ninguna condición, involucran a todos de manera efectiva.

La marca deportiva es ejemplo de cómo priorizar el estilo de vida antes de hablar sobre las características materiales de un producto.

* **Visión de Nike:**

Nike trata de presentarse como la marca más auténtica, conectada y distintiva.

El gigante estadounidense no tiene miedo de decir que es la mejor marca del mundo, de acuerdo con los principios que le dan sentido y que, además, son universales. ¿A quién no le gusta la autenticidad?

* **Objetivos Nike:**
* Uno de los objetivos principales de esta empresa también se enfoca en el cuidado del medio ambiente. La compañía elimino todos los gases fluorados en el año 2011 tras 14 años de desarrollo e investigación en el sistema de amortiguación NIKE air de la compañía. Esto con respecto a sus empresas minoristas y sus fabricas deconfección.
* En cuanto a su calzado el objetivo es reducir sus residuos en diseño y empaquetado de producto, eliminación de compuestos orgánicos volátiles y mayor uso de materiales preferiblemente para el medio ambiente.
* NIKE está diseñando soluciones de innovación sostenibles en sus productos que la compañía anticipa crearán beneficios mediante su cadena de suministro y apoyarán la consecución de sus objetivos.
* NIKE también trabaja en fomentar el deporte en los jóvenes para incrementar su potencial y mejorar sus vidas.
* NIKE ha presentado un nuevo sistema de calificación industrial, el índice de manufactura, que evalúa el rendimiento total de una fábrica e incluye una mirada más profunda a la forma en la que busca alcanzar la sostenibilidad. Este índice eleva el rendimiento medio ambiental y laboral frente a las medidas tradicionales que miden la entrega de calidad, el costo y el tiempo.