

Servín Quintero Damaris Angelina

dservinq

Martínez Coronel Brayan Yosafat

Yosafat Coronel

Fuentes Castillo Angel Osvaldo

Osvaldo Fuentes

a) ¿Tiene una core competence que identifique como permanente desde la creación de la empresa?

Sí, ofrecer diversos productos a un bajo precio sin sacrificar ni la calidad ni las prestaciones, además de tener diseños propios.

b) Cite la misión de la empresa y contrástela con el inciso anterior.

“Creemos que productos de alta calidad, fabricados con tecnología de punta deben ser accesibles para todos. Creamos hardware, software y servicios de Internet remarcables para y con la ayuda de nuestros Mi fans.”

La misión concuerda con su core competence de ser competitivos en el mercado gracias a sus precios bajos y originalidad en los productos.

c) Describa hacia dónde considera quiere ir la empresa elegida.

Lo que buscan es crear una comunidad y un sentimiento de pertenencia de sus clientes al diversificarse y ofrecer los productos los cuales también compren.

d) Cite la visión, y contraste su respuesta con el inciso anterior.

"Sólo para fans": ese es nuestra idea. Nuestro equipo de Mi fans lidera cada paso del camino. Como equipo, compartimos la incansable búsqueda de la perfección, refinando y mejorando constantemente nuestros productos para crear la mejor experiencia de usuario posible. También somos intrépidos al probar nuevas ideas y sobrepasar nuestros propios límites. Nuestra dedicación y convicción en la innovación, junto con el apoyo de Mi fans, son nuestras fuerzas impulsoras detrás de los productos únicos Mi.

En este caso su visión va más enfocada al mejoramiento y creación de productos únicos innovando según la opinión de sus clientes, pero efectivamente buscan establecer un vínculo y no simplemente vender tantos productos como sea posible.

e) ¿Es un blanco fácil de atacar por factores externos (mercado)?

Posiblemente, ya que otras marcas tienen diferentes gammas en sus productos, las más bajas pueden bajar aún más sus precios para ser competitivos.

Por otra parte, los propios clientes actuales pueden aspirar a tener productos de marcas de mayor prestigio y estatus en un futuro.

También dependen de proveedores, en la fabricación de hardware, distribución y creación de software, como es el caso del sistema operativo el cual puede ser restringido su uso como pasó con Huawei.

f) ¿Qué negocios considera que puede generar esta empresa, adicionales a los ya existentes?

Posiblemente podrían incursionar en el software creando aplicaciones ya no sólo para los usuarios de sus productos también para usuarios de otras marcas.

g) ¿Puede subcontratar sus core competence para potenciar su negocio?

Si, dado que buscan que el costo de fabricación de sus productos sea bajo, posiblemente alguna otra empresa especializada pueda fabricar algún componente con gran calidad que quizás si ellos fabricaran sería mucho más costoso.

h) ¿Por qué pensar en core competence y core business, en lugar de centrarse en el producto?

En el caso de Xiaomi porque el mercado ya está saturado de competidores resultando difícil poder innovar sólo con el producto mismo, además de que muchas personas ya disponen de un celular, por lo cual necesitaban algún core competence que los hiciera diferentes y les permitiera competir con otras marcas más grandes.

i) ¿Qué pasa si la empresa no puede identificar ninguna core competence?

Si bien quizás no se irían a la quiebra, se verían muy limitados en cuanto al mercado pues ya había muchos competidores con diferentes gammas en sus productos, por lo que Xiaomi tuvo que ser más agresiva en cuanto a los precios.

j) ¿Qué criterio emplearía Ud. para la selección de sus core business?

Los recursos y la situación actual, porque no es lo mismo un startup que una gran empresa que quiere cambiar su modelo de negocio, mientras que la primera tiene menos capital y no podría hacer una estrategia, por ejemplo, en marketing remarcando el apoyo a la conservación de fauna, pero puede usar alguna tendencia en redes como los hashtags.

k) ¿Cómo sugiere mantener su posición en el mercado?

Con un sistema que entre en ciclo virtuoso, por ejemplo, la IA necesita más información para ser mejor, más información se obtiene con más usuarios o más uso del producto, y para tener más usuarios se necesita un producto mejor, si se logra que los procesos sean ciclos virtuosos, como la toma de decisiones, el propio producto, entonces se mantiene y hasta mejora la posición.

l) ¿Core competence, core business, ventajas competitivas, es todo lo mismo? Argumente su respuesta.

No, mientras que una core competence es algo que hacemos de forma inigualable una ventaja competitiva puede ser que en México se puede evadir o hallar forma de pagar menos impuestos, eso nos pone en ventaja pero no es nuestra competencia. Por otro lado el core business es el objeto y las competencias los adjetivos, en otras palabras, un auto es el core business, pero un auto bajo en emisiones con capacidad para toda la familia, ahí ya ponemos las core competences.