

La Empresa y Su Entorno

Breyner Pavas Espinosa

Índice

1. Localización
2. Tipo y tamaño de empresa
3. Estructura y funciones
4. Entorno general
5. Entorno específico
6. Análisis DAFO
7. WebGrafía y Bibliografías

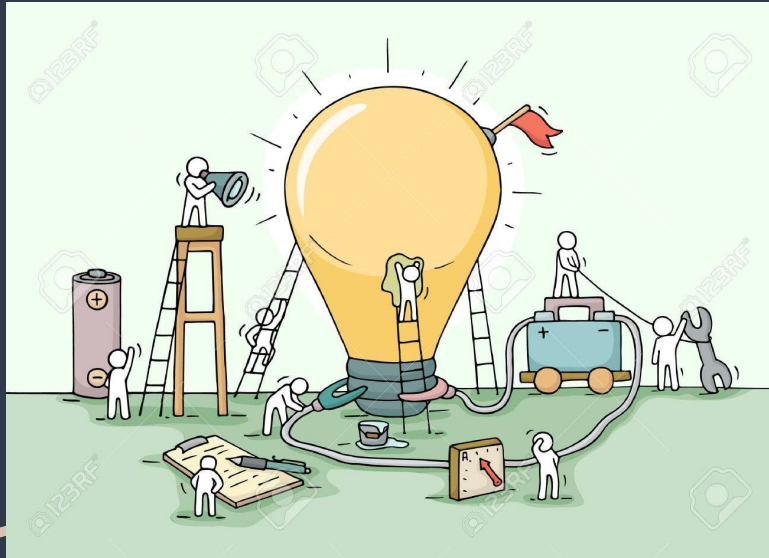
1. Localización

EduVR como muchas otras empresas tecnológicas podría no encontrarse en ningún lugar físico y esta podría contactarse mediante la página web <https://eduVR.edu.co>

Por otro lado podríamos tener una ubicación para el reparto



2. Tipo y Tamaño de Empresa



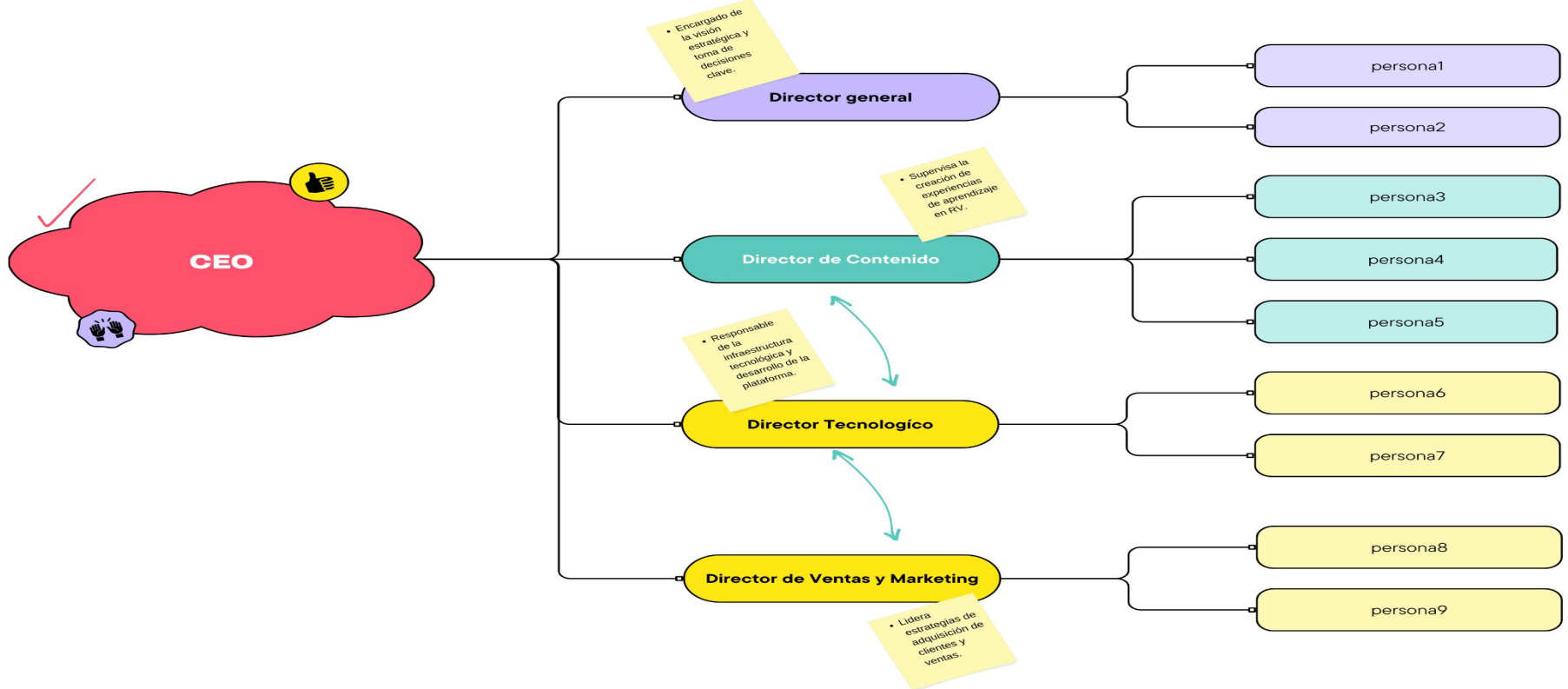
Hemos definido a EduVR como una pequeña empresa de tecnología educativa centrada en la realidad virtual. Nuestra decisión se basa en los siguientes criterios:

Económicos: Tenemos recursos limitados, lo que nos posiciona como una pequeña empresa. Con el tiempo y el crecimiento, consideraremos la expansión.

Técnicos: Nuestra experiencia en desarrollo de software y diseño de RV respalda la elección de una empresa de tecnología educativa.

Organizativos: La estructura organizativa está diseñada para una empresa pequeña y ágil, lo que facilita la toma de decisiones eficientes. (Gran parte de nuestras ideas vendrán de parte de los propios clientes).

3. Estructura y Funciones



3. Estructura y Funciones

Este organigrama horizontal enfatiza la igualdad entre los fundadores y promueve un ambiente colaborativo. Es adecuado para organizaciones pequeñas donde se valora la comunicación abierta y la toma de decisiones compartida.



4. Entorno General o Macroentorno

Inflación:

Oportunidad: En un entorno de inflación controlada, los ingresos de EduVR pueden mantenerse al ritmo de los aumentos de precios, lo que respalda la sostenibilidad financiera.

Amenaza: La inflación descontrolada podría aumentar los costos operativos, afectando la rentabilidad de la empresa, lo que requeriría un ajuste de precios y estrategias de reducción de costos.



Condiciones del Mercado:

Oportunidad: La creciente demanda de soluciones de aprendizaje en línea representa una oportunidad para EduVR, ya que cada vez más instituciones educativas y estudiantes buscan experiencias educativas virtuales.

Amenaza: Los cambios regulatorios en la educación, como nuevas políticas gubernamentales o normativas educativas, pueden ser una amenaza. EduVR debe mantenerse al tanto de estas regulaciones y adaptarse para cumplir con ellas.

5. Entorno específico



Competencia:

- Otras Empresas de Realidad Virtual Educativa
- Plataformas de Educación en Línea

Clientes:

- Escuelas Primarias, Secundarias y Universidades
- Profesores y Educadores
- Padres de Familia

Proveedores:

- Fabricantes de Equipos de Realidad Virtual
- Desarrolladores de Contenido en Realidad Virtual

Distribuidores:

- Empresas de Tecnología Educativa
- Proveedores de Servicios Educativos

6. Análisis DAFO



Estrategia FA (Defensiva):

Diversificación de Productos: Ante la amenaza de la competencia, EduVR podría diversificar su oferta de productos o servicios relacionados con la educación en línea, lo que permitiría mantener y ampliar su base de clientes.

Reducción de Costos: En situaciones económicas desfavorables, EduVR podría implementar medidas para reducir costos operativos, como optimizar procesos o renegociar contratos con proveedores.

6. Análisis DAFO



Estrategia FO (Ofensiva):

Expansión de Mercado: Con el crecimiento de la demanda de soluciones de aprendizaje en línea, EduVR podría expandirse a nuevos mercados geográficos, tanto a nivel nacional como internacional.

Alianzas Estratégicas: Colaborar con instituciones educativas o desarrolladores de contenido de RV líderes podría impulsar la innovación y el crecimiento de EduVR.

6. Análisis DAFO



Estrategia DA (Supervivencia):

Reestructuración Interna: EduVR podría realizar una reestructuración organizativa para reducir costos y aumentar la eficiencia operativa en momentos de crisis.

Obtención de Financiamiento Adicional: En situaciones de flujo de efectivo negativo, buscar financiamiento externo, como inversionistas o préstamos, podría ser necesario para mantener la operación.

6. Análisis DAFO



Estrategia DO (Reorientación):

Desarrollo de Nuevos Productos: Si el mercado de la realidad virtual evoluciona, EduVR podría centrarse en desarrollar nuevos productos o servicios que se adapten a las tendencias emergentes.

Reenfoco del Mercado Objetivo: Si se identifican nuevas oportunidades en un mercado diferente, EduVR podría reorientar su enfoque hacia un nuevo grupo de clientes o sector educativo.

7. WebGrafía y bibliografías

<https://google.com/maps>

Blasco Ibañez J., Cano Montero, F.J., Guerras Mateos, P.M., Jareño Pastor, C., & Royo García, G. (2023). Empresa e Iniciativa Emprendedora. Editorial Flexibook.

GRACIAS :)