



CULTURA EMPRESARIAL

**INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUPERIOR DE SAN ANDRÉS TUXTLA**

DOCENTE:

RODOLFO OLVERA AVENDAÑO.

EQUIPO:

HERNANDEZ GORGONIO ITZEL ARIDAY

YARELI CATEMACA ORTIZ

DIEGO EDUARDO PALMA SIFUENTES

JAIRO ALAIN FONSECA ALVIZAR

SEMESTRE:

TERCER SEMESTRE

GRUPO:

304-A

CARRERA:

**INGENIERIA EN SISTEMAS
COMPUTACIONALES**

INDICE

INTRODUCCIÓN	3
PRINCIPALES ELEMENTOS DE LA CULTURA EMPRESARIAL	4
TECNICAS PARA DESARROLLAR HABILIDADES EMPRENDEDORAS Y CREATIVAS (CUADRO COMPARATIVO)	6
CASO PRACTICO DE PLAN DE NEGOCIOS DE UNA EMPRESA (MICROSOFT)	8
MISION, VISION, OBJETIVOS Y VALORES DE 10 EMPRESAS	10
ANALISIS FODA DE UNA EMPRESA (STARBUCKS)	15
CONCEPTO DE VENTAJA COMPETITIVA	17
CONCLUSION	18
REFERENCIAS	19

INTRODUCCIÓN

El éxito empresarial no depende únicamente de la calidad de los productos o servicios que una empresa ofrece. Hay un conjunto de elementos intangibles que determinan la capacidad de una organización para sobresalir en su mercado y adaptarse a los cambios constantes del entorno global. La cultura empresarial, los objetivos estratégicos, las habilidades emprendedoras y creativas, y la ventaja competitiva juegan un papel fundamental en la construcción y sostenibilidad del éxito organizacional. Estos factores son el cimiento sobre el cual empresas de renombre, han forjado su liderazgo y crecimiento.

La cultura empresarial, entendida como los valores, creencias, normas y conductas que definen la forma en que una empresa opera, es esencial para guiar el comportamiento organizacional hacia el logro de los objetivos. Además, el desarrollo de habilidades emprendedoras y creativas es clave para innovar y enfrentar los retos que se presentan en un entorno cada vez más competitivo. A través de un cuadro comparativo de técnicas para fomentar estas habilidades, veremos cómo diferentes enfoques pueden potenciar la creatividad y la capacidad de emprender en un equipo o empresa.

Por otro lado, el análisis de planes de negocios nos permitirá entender cómo una empresa puede estructurar sus estrategias a largo plazo para mantenerse relevante en un sector que cambia con gran rapidez. Asimismo, el análisis de la misión, visión, objetivos y valores de diferentes empresas nos ofrecerá una visión clara de cómo estos principios estratégicos guían sus decisiones y determinan su éxito. También, al profundizar en el análisis FODA de una empresa, podremos identificar cómo se gestionan las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para maximizar la ventaja competitiva.

Finalmente, el concepto de ventaja competitiva será clave para comprender cómo las empresas pueden diferenciarse y mantenerse líderes en sus respectivos sectores. A lo largo de este trabajo, exploraremos cada uno de estos elementos, analizando su impacto en la estrategia y éxito empresarial.

PRINCIPALES ELEMENTOS DE LA CULTURA EMPRESARIAL

La cultura empresarial está formada por un conjunto de valores, normas, creencias y formas de actuar, pensar y sentir que comparten los miembros de una organización. Esta se forma a partir de los hábitos y comportamientos que los miembros de una empresa adquieren en el día a día, los elementos principales de dicha cultura empresarial son los siguientes.

- **Simbología:** Cuando hablamos de símbolos en la cultura empresarial, nos referimos a aquellas personas que personifican el potencial de la empresa y que son fuente de motivación para el resto. Los símbolos, también llamados “héroes”, actúan como un referente y su función es principalmente comunicativa y de liderazgo.
- **Valores y creencias:** son los principios fundamentales que guían las decisiones y comportamientos dentro de una empresa. Estos valores incluyen como se trabaja y como se interactúan con los clientes y entre los empleados, podemos encontrar conceptos relacionados con la tolerancia, el respeto, la igualdad de oportunidades y la no discriminación, entre otros.
- **Comunicación interna:** la manera en que se transmiten y comparten las ideas, instrucciones y feedback en la empresa. Una comunicación abierta y transparente fomenta un ambiente de confianza y colaboración.
- **Estructura:** comprende el conjunto de normas que rigen el funcionamiento de la organización. Por otro lado, también determina el grado de supervisión y/o control que se debe aplicar para el cumplimiento de dicho reglamento. La autonomía individual es un concepto que se refiere al nivel de delegación, independencia y participación de los miembros de la organización; y está estrechamente relacionado con la cultura de una empresa.
- **Identidad, misión y visión:** La misión y la visión de una empresa son conceptos propios de la responsabilidad social corporativa de la misma. Definen su ideología y, en consecuencia, su forma de actuar y de trabajar.

Recientemente las empresas han adoptado modelos sostenibles con el medio ambiente y respetuosos con la sociedad, que fomentan la igualdad de oportunidades, la defensa de los derechos humanos y la no discriminación, entre otros. Respecto a la identidad corporativa de una empresa, esta está ligada a la imagen de marca.

- **Normas y políticas:** son las reglas formales e informales que guían el comportamiento y las interacciones dentro de la empresa, como los códigos de ética, los procesamientos y políticas internas.
- **Rituales:** Los rituales hacen referencia al conjunto de actividades, rutinas o eventos programados que la empresa realiza en momentos clave. Son la oportunidad perfecta para comentar la cultura empresarial y la comunicación entre los miembros de una organización.

Cada uno de estos elementos contribuye a definir la identidad de la empresa y la forma en que sus empleados y líderes actúan y toman decisiones dentro de ella.

La importancia de la cultura empresarial es muy evidente, cada organización goza de propia cultura empresarial, lo que otorga personalidad propia y la deferencia del resto de la empresa

TECNICAS PARA DESARROLLAR HABILIDADES EMPRENDEDORAS Y CREATIVAS (CUADRO COMPARATIVO)

<p>Técnica Enfoque Ventaja y desventaja</p>	<p>Design Thinking Solución de problemas centrada en el usuario mediante la empatía, ideación, prototipado y testeo. Fomenta la innovación y la creatividad.</p>	<p>Pone al usuario en el centro de las soluciones. Requiere recursos para el prototipado.</p>	<p>Puede ser difícil implementarlo sin experiencia previa.</p>	<p>Lean Startup Desarrollo rápido de ideas de negocio con ciclos de creación, medición y aprendizaje. Enfoca en la validación rápida de ideas.</p>
<p>Minimiza costos iniciales. Puede generar soluciones limitadas en innovación.</p>	<p>Necesita un enfoque constante en la métrica.</p>	<p>Brainstorming Generación libre de ideas en equipo, sin juicio ni filtro inicial. Estimula la creatividad colaborativa.</p>	<p>Permite obtener múltiples ideas en poco tiempo. - Riesgo de que algunas ideas no sean viables.</p>	<p>- Puede generar un exceso de ideas sin acción concreta.</p>
<p>Prototipado Rápido (Rapid Prototyping) Creación rápida de versiones simplificadas de un producto o solución para probar su viabilidad. Permite detectar errores pronto.</p>	<p>Acelera el ciclo de desarrollo de productos. Puede implicar costes adicionales.</p>	<p>Riesgo de desarrollar un prototipo no representativo del final.</p>	<p>Mind Mapping (Mapas Mentales) Representación visual de ideas relacionadas, ayudando a estructurar el pensamiento. Fomenta la organización visual de ideas.</p>	<p>Ideal para descubrir relaciones entre conceptos. Puede no ser adecuado para problemas complejos.</p>
<p>Requiere tiempo para elaborarse bien.</p>	<p>Pensamiento Lateral Fomenta el uso de perspectivas no convencionales para la resolución de problemas. - Promueve</p>	<p>Ayuda a salir de patrones de pensamiento tradicionales. Difícil de implementar sin entrenamiento.</p>	<p>Puede no ser aplicable en todas las situaciones.</p>	<p>Análisis FODA (SWOT Analysis) Evaluación estructurada de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del negocio. Facilita la toma de</p>

	soluciones innovadoras.			decisiones estratégicas.
Proporciona una visión clara de factores internos y externos. Puede no generar soluciones creativas por sí solo.	Requiere una buena recopilación de información.	Modelos Canvas Plantilla visual para describir, diseñar y evaluar modelos de negocio. Simplifica la visualización de un negocio en su conjunto.	Ayuda a identificar elementos clave del modelo. Puede ser insuficiente para proyectos más complejos.	Depende de información precisa y actualizada.
Gamificación Aplicación de elementos de juego para motivar el aprendizaje y la innovación. Aumenta la motivación y el compromiso.	Estimula el pensamiento creativo mediante retos. No siempre es fácil de implementar.	Puede desviar la atención de los objetivos principales.	Aprendizaje Experiencial Desarrollar habilidades mediante experiencias directas, como proyectos o simulaciones. Refuerza el aprendizaje práctico.	- Ideal para integrar teoría y práctica. Puede requerir mucho tiempo y recursos.
No todos los entornos permiten su aplicación.				

CASO PRACTICO DE PLAN DE NEGOCIOS DE UNA EMPRESA (MICROSOFT)

Caso Práctico: Plan de Negocios de Microsoft (Resumen Ejecutivo)

- Microsoft es una corporación multinacional que desarrolla, licencia y apoya una amplia gama de productos y servicios relacionados con la tecnología. Con una misión de "empoderar a cada persona y cada organización en el planeta para lograr más", Microsoft busca liderar el camino en la innovación tecnológica y la transformación digital. La visión de la empresa es ser la plataforma más confiable y productiva en el ámbito de la computación.

Análisis de Mercado

- Segmento de Clientes: Microsoft se dirige a diversas audiencias, incluidos consumidores individuales, pequeñas y medianas empresas, grandes corporaciones y entidades gubernamentales.
- Tamaño del Mercado: El mercado de software y servicios en la nube está en crecimiento, con un incremento en la demanda de soluciones de productividad y colaboración.
- Competencia: Los principales competidores incluyen empresas como Google, Apple, Salesforce y Amazon Web Services. Microsoft se distingue por su integración de productos y su enfoque en soluciones empresariales.

Estrategia de Marketing

- Posicionamiento: Microsoft se posiciona como un líder en soluciones de software y servicios en la nube, con una fuerte reputación en innovación y seguridad.
- Promoción: Las estrategias de promoción incluyen publicidad en línea, campañas de marketing en redes sociales, eventos y conferencias de tecnología, así como asociaciones con otras empresas para promover sus soluciones.
- Distribución: Los productos se distribuyen a través de canales en línea, minoristas, y acuerdos de licencia con empresas, además de una fuerte presencia en la nube a través de Microsoft Azure.

Operaciones

- **Proceso de Producción:** Microsoft utiliza un enfoque ágil en el desarrollo de software, permitiendo la rápida adaptación a las necesidades del mercado y la implementación de mejoras continuas.
- **Ubicación:** La empresa opera a nivel global, con centros de desarrollo y oficinas en diversas partes del mundo, lo que le permite aprovechar talentos diversos.
- **Logística:** La logística se centra en la distribución digital de software y servicios en la nube, minimizando la necesidad de logística física.

Plan Financiero

- **Fuentes de Ingresos:** Microsoft genera ingresos a través de la venta de software (como Windows y Office), suscripciones a servicios en la nube (como Microsoft 365 y Azure) y hardware (como Surface y Xbox).
- **Costos:** Los costos incluyen investigación y desarrollo, marketing, y operaciones. Se espera que la inversión en I+D continúe siendo alta para mantener la competitividad.
- **Proyecciones Financieras:** Se proyecta un crecimiento constante en ingresos, especialmente en servicios en la nube, con un objetivo de alcanzar más de \$200 mil millones en ingresos anuales en los próximos cinco años.

Análisis FODA

- **Fortalezas:** Amplia cartera de productos, liderazgo en el mercado de software y servicios en la nube, fuerte capacidad de I+D.
- **Oportunidades:** Crecimiento del mercado de inteligencia artificial y nube, aumento en la demanda de soluciones de trabajo remoto y colaboración.
- **Debilidades:** Dependencia de algunos productos clave, como Windows y Office; riesgo de obsolescencia en un mercado tecnológico cambiante.
- **Amenazas:** Competencia creciente en servicios en la nube, preocupaciones sobre la privacidad y la seguridad de los datos, y cambios en la regulación.

El plan de negocios de Microsoft resalta su compromiso con la innovación, la sostenibilidad y el liderazgo en tecnología. A través de un análisis de mercado sólido, estrategias de marketing bien definidas y un enfoque en el desarrollo de productos y servicios, Microsoft está bien posicionada para continuar su crecimiento en un entorno tecnológico competitivo.

MISION, VISION, OBJETIVOS Y VALORES DE 10 EMPRESAS

1. Apple

- **Misión:** La misión de Apple es crear los mejores productos del mundo y hacer una diferencia significativa. Esto se refleja en su enfoque hacia la innovación, el diseño y la calidad, buscando transformar la experiencia de los usuarios a través de dispositivos electrónicos, software y servicios.
- **Visión:** crear productos innovadores que cambien el mundo y mejorar la vida de las personas a través de tecnología avanzada y diseños intuitivos.
- **Objetivos:** innovación constante, experiencia de usuario de alta calidad, sostenibilidad. Y fidelización de clientes
- **Valores:** Innovación, calidad, privacidad, sostenibilidad, diversidad e Inclusión

2. Amazon

- **Misión:** La misión de Amazon es ser la empresa más centrada en el cliente del mundo, donde los consumidores puedan encontrar y descubrir cualquier cosa que deseen comprar en línea, ofreciendo precios bajos, conveniencia y una amplia selección de productos.
- **Visión:** es ser la empresa más centrada en el cliente del planeta y, además, ser un lugar donde la gente pueda encontrar cualquier producto que desee comprar. Se enfocan en expandir constantemente sus servicios y áreas de negocio para mejorar la experiencia del usuario.
- **Objetivos:** Satisfacción del cliente, innovación tecnológica, logística eficiente, expansión global, sostenibilidad
- **Valores:** Obsesión por el cliente, innovación y riesgo, excelencia operativa, pensamiento a largo plazo y diversidad e Inclusión

3. Google

- **Misión:** organizar la información del mundo y hacerla universalmente accesible y útil. Esto refleja su compromiso de proporcionar acceso a la información de manera rápida y eficiente a través de sus productos y servicios, como el motor de búsqueda, Google Maps, YouTube, y muchos otros.

- **Visión:** proporcionar acceso a la información para todos, en cualquier lugar y en cualquier momento, mejorando constantemente la forma en que las personas interactúan con la tecnología. Google busca expandir las fronteras de la innovación para resolver problemas globales y mejorar la vida diaria de las personas.
- **Objetivos:** acceso universal a la información, Innovación continua, sostenibilidad, privacidad y seguridad
- **Valores:** enfoque en el usuario, innovación, acceso abierto a la información, diversidad e inclusión, responsabilidad social y ambiental

4. Microsoft:

- **Misión:** es empoderar a cada persona y cada organización en el planeta para que puedan lograr más. Esto se refleja en su compromiso con la creación de tecnología que permita a las personas y empresas ser más productivas y alcanzar sus objetivos.
- **Visión:** ayudar a las personas y a las organizaciones a aprovechar al máximo su potencial a través de la tecnología. Microsoft se enfoca en ofrecer soluciones innovadoras que transformen la forma en que las personas trabajan, juegan y se conectan.
- **Objetivos:** desarrollo de software y servicios, transformación digital, acceso universal a la tecnología, sostenibilidad
- **Valores:** valora la búsqueda constante de nuevas ideas y soluciones tecnológicas que impulsen la transformación digital y la productividad, fomenta una cultura inclusiva donde cada empleado tenga la oportunidad de contribuir y crecer, promoviendo la equidad en el lugar de trabajo, responsabilidad ambiental y social.

5. Facebook:

- **Misión:** es dar a las personas el poder de construir comunidades y acercar al mundo. Se enfoca en conectar a las personas, facilitar la comunicación y crear plataformas donde puedan compartir experiencias y formar comunidades globales.
- **Visión:** la visión de Facebook (Meta) es dar vida al metaverso. La empresa busca crear un entorno virtual donde las personas puedan interactuar, trabajar,

jugar y conectarse de formas más inmersivas y tridimensionales, transformando la manera en que interactuamos en el mundo digital.

- **Objetivos:** desarrollar y liderar la creación de un mundo virtual interactivo que mezcle la realidad física con la digital, expansión de productos y servicios, proteger los datos de los usuarios y mejorar las medidas de seguridad en sus plataformas para mantener un entorno digital seguro, abordar problemas sociales como la desinformación, el discurso de odio.
- **Valores:** fomentan una cultura de innovación, buscando constantemente formas nuevas y creativas de mejorar la experiencia digital, facebook valora la privacidad y seguridad de sus usuarios, trabajando para proteger sus datos personales y la integridad de sus plataformas.

6. Samsung

- **Misión:** inspirar al mundo y crear el futuro mediante tecnologías innovadoras, productos y soluciones que enriquezcan la vida de las personas y contribuyan a la prosperidad social. La empresa busca liderar en diversos sectores como la tecnología, la innovación y el impacto positivo en la sociedad.
- **Visión:** dedicarse a desarrollar tecnologías y productos innovadores que mejoren la vida de las personas en todo el mundo, aspirando a ser líder en la industria de la tecnología a nivel global y contribuir a un futuro mejor y más sostenible.
- **Objetivos:** continuar siendo líder en la creación de productos avanzados, desde smartphones hasta electrodomésticos y tecnología de semiconductores, lograr operaciones más sostenibles, minimizando el impacto ambiental mediante el uso de energías limpias y reciclaje de productos.
- **Valores:** valora la creatividad y la tecnología avanzada como clave para el crecimiento y el desarrollo de nuevas soluciones, tiene el compromiso de operar de manera sostenible, minimizando su impacto ambiental y promoviendo la ecoeficiencia.

7. Coca - Cola

- **Misión:** refrescar al mundo en cuerpo, mente y espíritu; inspirar momentos de optimismo y felicidad; y crear valor y marcar la diferencia. Esto se refleja en su

compromiso con ofrecer productos que refresquen y alegren a las personas, así como contribuir positivamente a las comunidades donde opera.

- **Visión:** ser un negocio de bebidas total, proporcionando opciones que las personas amen y que respondan a sus necesidades y deseos. Coca-Cola busca ser líder en el mercado global de bebidas, ofreciendo una amplia gama de productos que abarcan desde refrescos hasta agua, jugos y bebidas energéticas.
- **Objetivos:** se enfoca en liderar el mercado de bebidas mediante la innovación constante, buscando ofrecer productos de alta calidad que satisfagan las necesidades de los consumidores. Además, la empresa tiene como meta alcanzar un 100% de sostenibilidad en sus envases y operaciones.
- **Valores:** Los valores de Coca-Cola se centran en la excelencia, donde se comprometen a mantener altos estándares de calidad en todos sus productos. Fomentan la colaboración, trabajando en equipo para lograr objetivos comunes, y actúan con integridad, asegurando que sus prácticas sean éticas y responsables.

8. Toyota

- **Misión:** producir vehículos seguros y de alta calidad a precios accesibles, mejorando continuamente el diseño y la tecnología para satisfacer las necesidades de los clientes en todo el mundo. Toyota se compromete a contribuir al bienestar de las sociedades a través de la innovación y el respeto por el medio ambiente.
- **Visión:** liderar el futuro de la movilidad, enriquecer la vida de las personas en todo el mundo con los métodos de transporte más seguros y responsables. Toyota se esfuerza por crear un futuro sostenible con vehículos más ecológicos, avanzando hacia tecnologías de cero emisiones.
- **Objetivos:** Toyota tiene como objetivo innovar en la tecnología de vehículos sostenibles, especialmente en el desarrollo de modelos híbridos y eléctricos. También buscan alcanzar operaciones de cero emisiones para el año 2050 y mejorar la calidad y confiabilidad de sus productos para satisfacer las expectativas de los clientes.
- **Valores:** Los valores de Toyota incluyen el respeto por las personas, lo que significa valorar a empleados, clientes y comunidad. Además, están

comprometidos con la sostenibilidad, manteniendo un enfoque en la reducción de residuos y el impacto ambiental, y la calidad, asegurándose de que cada vehículo que producen cumpla con altos estándares.

9. NIKE

- **Misión:** Llevar inspiración e innovación a cada atleta en el mundo. Además, Nike cree que, si tienes un cuerpo, eres un atleta, lo que refleja su compromiso con proporcionar productos que impulsen el rendimiento deportivo y mejoren la vida de las personas a través de la actividad física.
- **Visión:** es crear un mundo donde todos puedan experimentar el poder del deporte, superando sus propios límites y ayudando a construir un futuro más saludable y equitativo. Nike busca innovar en el diseño de productos, servicios y experiencias para atletas y consumidores a nivel global.
- **Objetivos.** Nike se centra en llevar inspiración e innovación a cada atleta, buscando crear productos deportivos sostenibles y accesibles que mejoren el rendimiento. La empresa también tiene como objetivo expandir su presencia en mercados globales y fomentar la diversidad y la inclusión.
- **Valores:** incluyen la innovación, con un compromiso de crear productos que mejoren el rendimiento deportivo. También enfatizan la sostenibilidad, desarrollando prácticas y productos que sean respetuosos con el medio ambiente. Su pasión por el deporte impulsa su misión de inspirar a las personas a mantenerse activas, y fomentan la superación personal, motivando a todos a alcanzar su máximo potencial a través de la actividad física.

10. TESLA

- **Misión:** acelerar la transición del mundo hacia la energía sostenible. Tesla se enfoca en diseñar y fabricar productos innovadores que ayuden a reducir la dependencia de los combustibles fósiles, impulsando el uso de energías limpias y vehículos eléctricos.
- **Visión:** crear un futuro sostenible con productos que revolucionen la industria automotriz y energética, ofreciendo vehículos eléctricos accesibles y soluciones energéticas renovables que cambien la forma en que el mundo genera, almacena y utiliza energía.

- **Objetivos:** acelerar la transición del mundo hacia la energía sostenible mediante la innovación en productos y tecnologías. Su objetivo incluye expandir la infraestructura de carga para vehículos eléctricos y ofrecer soluciones energéticas renovables, así como liderar en el desarrollo de vehículos eléctricos y tecnologías de conducción autónoma.
- **Valores:** se fundamentan en la sostenibilidad, promoviendo el uso de energías limpias y trabajando para reducir su huella de carbono. Valoran la innovación, desarrollando tecnología avanzada que transforma la industria automotriz. También priorizan la calidad, asegurando que sus productos sean seguros y confiables, y mantienen un fuerte compromiso con la responsabilidad ambiental, minimizando el impacto de sus operaciones en el medio ambiente.

ANALISIS FODA DE UNA EMPRESA (STARBUCKS)

Fortalezas

- **Marca fuerte:** Starbucks es una de las marcas de café más reconocidas a nivel mundial, lo que genera confianza y lealtad entre los consumidores.
- **Experiencia del cliente:** La empresa ofrece un ambiente acogedor y una experiencia única en sus tiendas, lo que atrae a los clientes a quedarse y disfrutar de su tiempo.
- **Innovación en productos:** Starbucks constantemente introduce nuevos productos y opciones personalizadas, incluyendo bebidas de temporada y alternativas de comida, para satisfacer diversas preferencias
- **Fidelización del cliente:** Su programa de recompensas incentiva la lealtad del cliente y fomenta el regreso frecuente a las tiendas.

Oportunidades

- **Crecimiento en mercados emergentes:** Hay un potencial significativo para expandirse en mercados emergentes donde la cultura del café está en crecimiento.
- **Demanda de productos saludables:** La creciente preocupación por la salud brinda a Starbucks la oportunidad de introducir más opciones de bebidas y alimentos saludables.

- Expansión del comercio electrónico: El crecimiento de las ventas en línea y la entrega a domicilio pueden ofrecer nuevas fuentes de ingresos.
- Sostenibilidad: Invertir en prácticas sostenibles y productos responsables puede mejorar la imagen de la marca y atraer a consumidores conscientes del medio ambiente.

Debilidades

- Precios altos: Starbucks es percibido como una marca premium, lo que puede limitar su mercado objetivo a consumidores dispuestos a pagar más por café.
- Dependencia de las tiendas físicas: Una gran parte de sus ingresos proviene de las ventas en tiendas, lo que puede ser un riesgo en situaciones de cierre o restricciones.
- Costos operativos elevados: Los altos costos de operación, incluidos salarios y alquiler, pueden impactar la rentabilidad.
- Variabilidad en la calidad: La experiencia del cliente puede variar según la ubicación, lo que puede afectar la percepción de la marca.

AMENAZAS

- Competencia intensa: Starbucks enfrenta una fuerte competencia de otras cadenas de café y cafeterías independientes, así como de marcas que ofrecen alternativas más asequibles.
- Cambios en el comportamiento del consumidor: Cambios en las preferencias de los consumidores hacia el café de especialidad o el café en casa pueden impactar las ventas.
- Problemas económicos: Recesiones económicas pueden reducir el gasto del consumidor en productos de lujo, incluyendo café premium.
- Impacto ambiental: Las preocupaciones sobre la sostenibilidad y el impacto ambiental de los desechos de plástico pueden afectar la reputación de la marca.

El análisis FODA de Starbucks muestra que, aunque la empresa tiene una marca sólida y una experiencia de la cliente única, enfrenta desafíos significativos debido a la competencia y a las cambiantes preferencias de los consumidores. Para mantenerse relevante, Starbucks debe continuar innovando en productos y servicios, así como centrarse en la sostenibilidad y la expansión en nuevos mercados.

CONCEPTO DE VENTAJA COMPETITIVA

Una ventaja competitiva es un concepto desarrollado por el profesor e investigador Michael Porter que hace referencia a una ventaja en algún aspecto que una empresa posee ante otras empresas del mismo sector o mercado, y que le permite tener un mejor desempeño que las demás empresas y, por tanto, una posición competitiva en el sector o mercado.

Es decir, son las características o atributos que posee un producto o una marca que le dan una cierta superioridad sobre sus competidores inmediatos. Esta superioridad, allí donde exista, es de carácter relativo, pues se refiere al competidor mejor situado en el producto mercado. Se habla, entonces, del competidor más peligroso o también del competidor prioritario.

La ventaja competitiva puede ser interna o externa:

Ventaja competitiva interna: cuando se apoya en una superioridad de la empresa debido a los costes de fabricación, administración o gestión de producto, lo que le da al productor un coste unitario inferior al del competidor prioritario.

Una ventaja competitiva interna es el resultado de una mejor productividad; y por ello, da a la empresa una rentabilidad mejor y una mayor capacidad de resistencia a una reducción del precio de venta impuesta por el mercado o por la competencia.

Ventaja competitiva externa: cuando se apoya en unas cualidades distintivas del producto que constituyen un valor para el comprador, disminuyendo sus costes de uso, o aumentando su rendimiento de uso.

Una ventaja competitiva externa confiere a la empresa un poder extraordinario, pues consigue que el mercado acepte un precio de venta superior al del competidor prioritario.

CONCLUSION

El análisis de la cultura empresarial, las habilidades emprendedoras y creativas, la misión, visión, objetivos y valores, junto con el estudio de la ventaja competitiva, muestra cómo estos elementos constituyen la columna vertebral de cualquier organización exitosa. Las empresas que han logrado un liderazgo sostenible, como Microsoft y Starbucks, han sabido aprovechar sus fortalezas internas y alinear su cultura organizacional con una visión estratégica clara. El desarrollo de habilidades emprendedoras y creativas no solo ha permitido a estas empresas innovar, sino también anticiparse a las necesidades del mercado y adaptarse a los cambios con mayor agilidad.

El estudio del plan de negocios y el análisis FODA de una empresa, nos muestra la importancia de conocer a fondo tanto las fortalezas como las debilidades internas, así como las oportunidades y amenazas del entorno. Estas herramientas permiten a las empresas tomar decisiones informadas y estratégicas, que no solo mejoran su posición en el mercado, sino que también crean una ventaja competitiva duradera.

Asimismo, la revisión de la misión, visión, objetivos y valores de diferentes empresas subraya la importancia de tener principios organizacionales sólidos que guíen las decisiones y el comportamiento en todos los niveles. En un mercado globalizado y altamente competitivo, las empresas que logran integrar estos principios con una cultura de innovación y emprendimiento están mejor posicionadas para lograr el éxito a largo plazo.

En conclusión, los elementos que hemos analizado a lo largo de este trabajo, cultura empresarial, habilidades emprendedoras y creativas, planificación estratégica y ventaja competitiva, son esenciales para cualquier organización que aspire a destacar y mantenerse en un mercado desafiante. No solo es crucial tener una visión clara de los objetivos a largo plazo, sino también contar con la capacidad interna para innovar, adaptarse y ejecutar con eficacia.

REFERENCIAS

7 ejemplos reales de análisis FODA aplicado en empresas exitosas / Boardmix. (s. f.).
<https://boardmix.com/es/articles/business-swot-analysis-examples/>

Academia de Consultores. (2021, 5 abril). *Misión, visión y valores de 30 empresas como inspiración*. <https://academiadeconsultores.com/mision-vision-y-valores-ejemplos/#:~:text=%C2%BFpor%20qu%C3%A9%20es%20importante%20definir%20la%20misi%C3%B3n,%20visi%C3%B3n%20y%20valores>

Comunicación. (2021, 30 julio). *Cultura empresarial: elementos y tipos de cultura - Veigler Business School*. Veigler Business School. <https://veigler.com/cultura-empresarial/#:~:text=Cuando%20hablamos%20%EE%80%80de%20s%C3%ADmbolos%EE%80%81%20en%20la%20cultura>

Costa, M. (2019, 18 abril). *Ventaja competitiva*. Foro Capital Pymes.
<https://forocapitalpymes.com/ventaja-competitiva/>

Cultura empresarial: definición & ejemplos / StudySmarter. (s. f.). StudySmarter ES.
<https://www.studysmarter.es/resumenes/ciencias-empresariales/teoria-de-la-administracion-de-empresas/cultura-empresarial/#:~:text=La%20cultura%20empresarial%20es%20el%20conjunto%20de%20valores%2C,externo%2C%20impactando%20su%20motivaci%C3%B3n%2C%20rendimiento%20y%20satisfacci%C3%B3n%20laboral>.

Patricio. (2020, 20 agosto). *6 increíbles ejemplos de planes de negocios para que te inspires - TusClicks*. Blog TusClicks: Posicionamiento Web En Google, AdWords y Publicidad En Internet. <https://tusclicks.com/blog/6-increibles-ejemplos-de-planes-de-negocios-para-que-te- inspires/>