

**Nombre de alumnos:**

**Cristian Aroldo Bernardo Cardona**

**Nombre del profesor:**

**Víctor Tadeo Cruz**

**Nombre del trabajo:**

**La filosofía corporativa y franquicias**

**Materia:**

**Desarrollo empresarial**

**Grado: 6**

**Grupo: B**

LA FILOSOFIA CORPORATIVA

misión

La misión de una empresa es el marco conceptual que define cual es y cual debería ser el negocio y establece las grandes líneas estratégicas que marcan el rumbo del negocio.

visión

La visión es el marco conceptual que define a la empresa como sería su imagen en el futuro mediante el establecimiento de estrategias para lograrlo.  
Si una empresa no tiene visión no podría dar una imagen de empresa confiable y responsable donde el consumidor se sienta seguro de colaborar con la misma

Objetivos

- \*brindar al cliente un servicio distinto y completo, en el momento que lo necesite.
- \*establecer un vinculo taller-cliente
- \*ofrecer al cliente un nuevo sistema de crédito en el momento de pago de los trabajos realizados
- \*garantizar la calidad de trabajo
- \*mantener una imagen como taller honrado, responsable, leal antes los clientes
- \*instalar tecnologías al alcance de los clientes los adelantos mas significativos por medio de la capacitación del personal en el estudio de las nuevas tecnologías
- \*contribuir a la superación personal y profesional de nuestros colaboradores y experimentar un crecimiento permanente

Estructura organizacional

Es un sistema de distribución y designación de puestos de trabajos por departamentos dentro de una empresa u organización. Se establecen diferentes niveles ya sea vertical, horizontal o circular dependiendo la empresa

Trabajo en equipo

Conjunto de personas que trabajan dentro de una organización por ejemplo:  
\*gerente general  
\*subgerente  
\*secretaria contadora  
\*maestro principal

LA FILOSOFIA CORPORATIVA

políticas

Son reglas normas lineamientos internos y propios de la empresa

Ejem: hora de entrada, días de trabajo, días festivos, y todo esto aplica para los trabajadores, jefes, para el ser al cliente mejor y un ambiente mejor dentro de la empresa

Estrategia empresarial

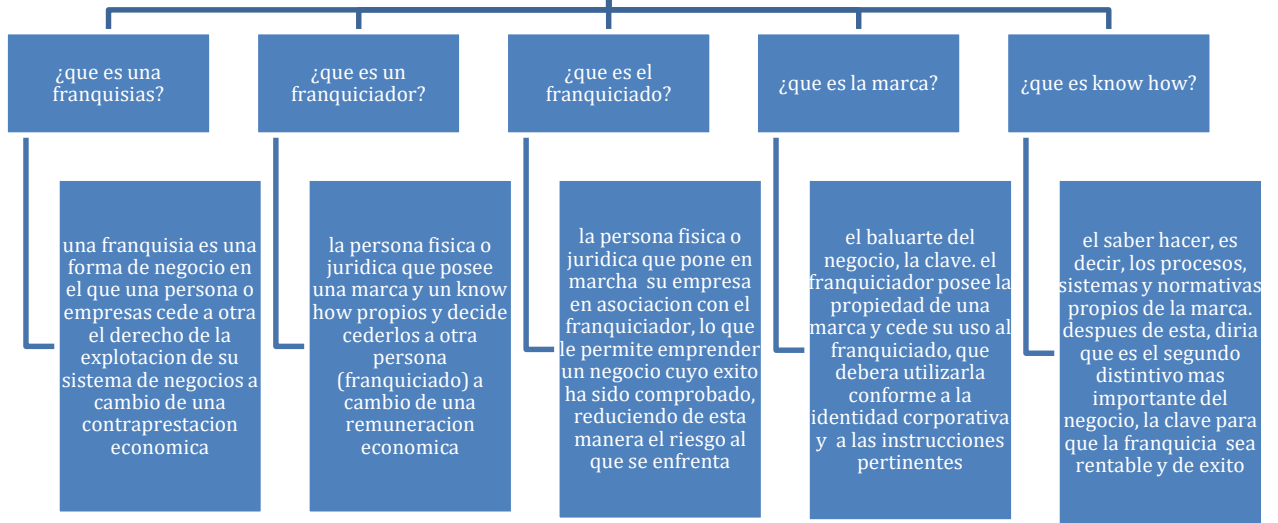
Es el camino que toda empresa debe recorrer para alcanzar sus objetivos

- \*Estrategia de marketing
- \*estrategias nacionales, regionales y locales
- \*estrategias estacionales
- \*estrategias del mercado
- \*estrategias competitivas
- \*estrategias de producto
- \*estrategia de precios
- \*estrategias de penetración, distribución, y cobertura
- \*estrategias del personal de ventas
- \*estrategias de promoción
- \*estrategias de gasto
- \*estrategias de anuncios
- \*estrategias de investigación y desarrollos

Análisis FODA

Es una herramienta propia del análisis estratégico es el análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas), que consiste en evaluar las fortalezas y debilidades que están relacionadas con el ambiente interno de la empresa y las oportunidades y amenazas que se refieren al micro y macro ambiente de la compañía.

# franquicias



# franquias

