

(2.9)

**ANALISIS FODA, misión y visión de la empresa, productos y servicios de la empresa**

**(TALLER DEL EMPRENDEDOR)**

**PRESENTA EL ALUMNO:**

*Karen cristina Pérez González*

**GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:**

*Lic.: en enfermería .9°C*

**FRONTERA COMALAPA CHIS**

**13 DE JUNIO DEL 2020**

## ANALISIS FODA, MISION Y VISION DE LA EMPRESA, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA

Es análisis FODA es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto es decir es un diagnostico que facilita la toma de decisiones, su componente es FORTAEZA, DEBILIDADES, ambas directamente relacionadas con el proyecto y son de tipo interno es decir bajo el control del emprendedor y para redactar la lista de fortalezas y debilidades, las debilidades son todas las áreas de oportunidad para mejorar complementar además con los recursos que cuenta por ejemplo humanos, financieros, tecnológicos, o de tiempos. La s oportunidades son todas aquellos aspectos favorables para la empresa y las amenazas, las que atentan o pudieran actuar contra el desarrollo de la empresa, después que se realiza un análisis es tarea del emprendedor utilizar esa información para planear acciones que convierten las debilidades en fortalezas y las amenazas en oportunidades.

## MIALON DE LA EMPRESA

La misión es su razón de ser, el propósito o el motivo por el cual existe y la guía de todas las actividades ya que la misión debe contener y manifestar características que le permitan permanecer: ORIENTACION AL CLIENTE, UNA BUENA CALIDAD EN SUS SERVICIOS Y PRODUCTOS, MANTENER UNA FILOSOFIA DE MEJORAMIENTO CONTINUO Y DIAGNOSTICOS COMPETITIVOS QUE ATRAIGAN Y MANTENGAN AL CLIENTE larga duración, garantía, sencillez de uso.

PARA ESTO UNA EMPRESA DEBE DE REUNIR CIERTOS REQUISITOS QUE LE DEN VALIDEZ Y FUNCIONALIDAD

AMPLIA: mantener una línea de productos para satisfacer al usuario, MOTIVADORA: que inspiren a los que trabajan en la empresa pero también que no sea tan ambiciosa que se perciba como inalcanzable. CONGRUENTE: debe reflejar los valores de la empresa, así como de las personas que la dirigen y trabajan en ella como también tomando en cuenta sus valores éticos y morales, la misión de una empresa es su tarjeta de presentación por lo que exige una constante revisión y autoevaluación para comprobar si estos son congruentes entre si, la misión y visión de la empresa ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo que permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que inspiren a todos los miembros para llegar a una meta que ellos deseen, una visión consta de ciertos puntos motivadora

para todos los integrantes del equipo, clara y entendible, factible o alcanzable, aunque no sea fácil, realista, considerado el entorno actual y cambiante en el que se vive, alineada con la misión y los valores de la empresa.

## OBJETIVOS DE LA EMPRESA A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

Es el segundo paso para determinar el rumbo de la empresa y acercar los proyectos a la realidad, en los objetivos los deseos se convierte en metas y compromisos específicos claros y ubicados a tiempo.

## VENTAJAS COMPETITIVAS

Son productos que hacen únicos a los productos o servicios de la empresa en comparación con otros, podemos decir que una ventaja competitiva es la capacidad de una empresa de sobreponerse a otra de la misma industria o sector mediante técnicas no necesariamente definidas, sin embargo estas ventajas competitivas no siempre se pueden mantener por mucho tiempo debido a que los mercados cambian constantemente y las empresas tienen que alertar tienen que aceptar estos cambios para no pasar de moda, para esto existen ciertas estrategias que fomenta el buen posicionamiento de la empresa las cuales deben estar perfectamente implementadas, se le hace más como una característica que una compañía tiene respecto a otras

compañías competidoras , lo que lo hace diferente y permite atraer mas consumidores para mejorar la empresa.

## DIAGNOSTICO COMPETITIVO

Forman parte de la estrategia de la empresa, normalmente son elementos comunes que existen ya en el mercado pero a los que se les dará atención especial, para que la empresa se distinga por poseerlos algunos diagnósticos competitivos pueden ser: servicio posventa, sistema de distribución, garantía etc.

En este punto el plan de negocio establece las condiciones actuales de la industria o sector en el que participa la empresa, así como sus condiciones futuras que se pueden prever a partir del reciente desarrollo que se Allan presentado.

