

**MAPA CONCEPTUAL  
TALLER DEL EMPRENDEDOR  
LIC. CESAR ALFREDO ESCOBAR**

**PRESENTA EL ALUMNO:**

**KARLA ISABEL ZUNÚN ORTIZ**

**GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:**

**9no. CUATRIMESTRE "D" SEMI  
ESCOLARIZADO**

**Frontera Comalapa, Chiapas**

**05 de Junio de 2020**

## INTRODUCCIÓN

Para que cierto negocio, empresa u organización tenga éxito verdadero, es necesario analizar todas las posibilidades que se tiene a favor, así como los que se tiene en contra, para llevar a cabo el florecimiento de la propuesta de la manera más correcta y fructífera posible. Existen herramientas eficientes para lograr un óptimo desarrollo de los planes de solución específica o estratégicos que desean implementar para lograr el máximo rendimiento de las organizaciones o instituciones planteadas. Se consideran diversos factores internos, recursos financieros, recursos humanos, recursos tecnológicos, recursos materiales, etc. Y externos datos demográficos la cultura, la economía, etc. Todo esto nos ayudarán a alcanzar el máximo potencial de las Oportunidades y Fuerzas, y reduciendo a más las Amenazas y las Debilidades; tal como lo es el Análisis FODA.

## ANÁLISIS FODA, MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA

El Análisis FODA es una sigla que se forma con los términos fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas se denomina análisis FODA al estudio que permite conocer estas características de una empresa o de un proyecto, detallándolas en una matriz cuadrada es una herramienta que sirve para analizar la situación competitiva de una organización, e incluso de una nación su principal función es detectar las relaciones entre las variables más importantes para así diseñar estrategias adecuadas, sobre la base del análisis del ambiente interno y externo que es inherente a cada organización. Es decir, bajo el control del emprendedor para aprovecharse y complementarse, oportunidades y amenazas variables externas difíciles de modificar pero predecibles y por tanto, que hasta cierto punto se pueden prevenir o aprovechar. Dentro de cada una de los ambientes externo e interno se analizan las principales variables que la afectan; en el ambiente externo encontramos las amenazas que son todas las variables negativas que afectan directa o indirectamente a la organización ya demás las oportunidades que nos señalan las variables externas positivas a nuestra organización. Dentro del ambiente interno encontramos las fortalezas que benefician a la organización y las debilidades, aquellos factores que menoscaban las potencialidades de la empresa. La identificación de las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades en una actividad común de las empresas, lo que suele ignorarse es que la combinación de estos factores puede recaer en el diseño de distintas estrategias o decisiones estratégicas. Es útil considerar que el punto de partida de este modelo son las amenazas ya que en muchos casos las compañías proceden a la planeación estratégica como resultado de la percepción de crisis, problemas o amenazas.

Al mismo tiempo se encuentra la misión de la empresa el cual es el motivo por el que existe dicha empresa, su razón de ser. Indica la actividad que realiza la empresa. Suele plasmarse en una declaración escrita una frase o un párrafo que refleja la razón de ser de la empresa en esto la misión ayuda a responder la primera de las tres preguntas: ¿Quiénes somos? la misión empresarial es una declaración escrita en la que se describe la razón de ser de la empresa y su objetivo principal es una declaración de los principios corporativos y debe redactarse expresamente para cada empresa u organización, ya que no sirve de nada copiar la misión, visión y valores de otras compañías. Por lo tanto la misión de una empresa define e informa principalmente de qué es lo que hace la compañía, a que se dedica,

actividad en el mercado, cómo lo lleva a cabo, cuál es su propuesta de valor; además se puede completar haciendo referencia al público hacia el que va dirigido y con la singularidad, particularidad o factor diferencial, mediante la cual desarrolla su labor o actividad. La misión también debe reunir ciertos requisitos para que sea válida su funcionalidad: debe de ser amplia. Dentro de una línea de productos, pero con posibilidades de expansión a otros artículos o líneas similares. No obstante, la amplitud no debe ser tanta que se pierdan la naturaleza y carácter de la empresa, o bien que confundan el mercado y tipo de necesidad a satisfacer. Motivadora. Que inspire a quienes laboran en la empresa; pero que no sea tan ambiciosa que se perciba como inalcanzable. Y Congruente que debe reflejar los valores de la empresa, así como de las personas que la dirigen y trabajan en ella. La misión no es sólo una descripción de lo que es o pretende ser la empresa, sino también de su esquema de valores éticos y morales

En cuanto a la visión nos ayuda a responder la segunda de las tres preguntas: ¿Quiénes queremos ser? la visión de una empresa contempla las metas que nos hemos propuesto conseguir en el futuro, es la concepción de lo que queremos llegar a ser para formular una visión es necesario que entre en juego el entusiasmo, los sueños y la ilusión. La visión de una empresa es el futuro que se desea para ella, es el sueño a cumplir tque se tiene sobre la compañía, y como nos gustaría que fuera en el futuro. De esta forma la visión tiene un carácter motivador e inspirador, por lo tanto todas las metas que planteemos sobre ella, deben ser obligatoriamente realistas y alcanzables. Sin duda la visión de una organización nos ayudará a guiar a nuestro equipo hacia una meta, nos ayuda a tomar ciertas decisiones complejas, ya que sabemos hacia donde tenemos que caminar, hacia donde debemos dirigirnos. Dentro de la definición de misión, visión y valores es la parte que hemos de establecernos un objetivo general. Una visión, debe ser: Motivadora para todos los integrantes de la empresa. Clara y entendible. Factible o alcanzable, aunque no sea fácil. Realista, considerando el entorno actual y cambiante en el que se vive. Alineada con la misión y los valores de la empresa.

Por otra parte los objetivos los deseos se convierten en metas y compromisos específicos, claros y ubicados en el tiempo. Así, la misión deja de ser una intención para convertirse en una realidad concreta a través de los objetivos, la misión se traduce en elementos concretos, como: Asignación de recursos, Asignación de actividades, Asignación de responsables, Asignación de tiempos.

En los objetivos los deseos se convierten en metas y compromisos específicos, claros y ubicados en el tiempo. Así, la misión deja de ser una intención para convertirse en una realidad concreta. Como lo es el objetivo a corto plazo, este nos ayuda a satisfacer al máximo las necesidades del consumidor brindando un servicio y producto de calidad. Y contribuir al desarrollo personal y profesional de todos los trabajadores, mediante capacitaciones, formaciones, brindándoles ayuda y atención por parte de los restantes miembros de la organización y formar alianzas estratégicas con los proveedores con la finalidad que puedan brindar productos de buena calidad y aun mejor precio al momento que sea requerido. De esta forma el objetivo a medio plazo es una fidelización de los clientes. Recuperar o amortizar, el capital invertido. Mantener un buen clima laboral y de confianza que promueva la innovación y la mejora continua. Generar utilidades para mantener la solidez financiera, impulsar el crecimiento. Finalmente el objetivo a largo plazo forma parte del reconocimiento del establecimiento en el Municipio y sus alrededores. Incremento de las ventas, crecimiento del mercado.

Posteriormente las ventajas competitivas son todo el producto o servicio de una empresa debe encaminarse a la satisfacción de una necesidad o a la solución de un problema de un segmento de mercado definido. Esto indica que los distinguos competitivos son aspectos que forman parte de la estrategia de la empresa, que le dan imagen a la misma y que inclinarían, en un momento dado, las preferencias del consumidor por los productos o servicios de la empresa que los presenta; normalmente son elementos comunes que existen ya en el mercado. Algunos ejemplos de distinguos competitivos pueden ser: servicio posventa, sistema de distribución, garantía.

Es muy importante que antes de iniciar cualquier proyecto, se cuente con la capacitación y experiencia necesarias para visualizar, de manera real, las ventajas y problemas que se pudieran presentar, por lo que básicamente esta sección intenta justificar los elementos que califican al desarrollador del proyecto para llevarlo a cabo.

## CONCLUSIÓN

En todas las organizaciones y en los organismos, existen diversas condiciones, circunstancias o factores determinantes del funcionamiento correcto de los mismos, es por eso que se propone el análisis de los condicionantes internos y externos para conocer y optar por los que aporten un impacto positivo, reduciendo al máximo aquellos que limiten el desarrollo adecuado de la funcionalidad u objetivo deseado por ellos.

Los factores externos son los que, comúnmente, influyen y actúan como condicionantes directos e interfieren negativamente en el desarrollo apropiado de cualquier organización, pero, de igual manera son muy importantes para el brote del auge a partir del asentamiento o planteamiento, o bien, del perfeccionamiento a través de la corrección de errores.