



Súper Nota

Nombre del Alumno: Tania Geraldine Ballinas Valdez

Nombre del tema: Análisis FODA, misión y visión de la empresa

Parcial: Segundo parcial

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime Díaz

Nombre de la Licenciatura: Licenciatura en Enfermería

Cuatrimestre: Noveno cuatrimestre

ANÁLISIS FODA



¿QUÉ ES?

Es una herramienta utilizada para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto; facilita la toma de decisiones.

SE COMPONE :

- Fortalezas
- Debilidades
- Oportunidades
- Amenazas



¿PARA QUÉ NOS SIRVE?

- Evaluar la situación actual de una empresa, proyecto o individuo,
- Identificar puntos fuertes y débiles
- Identificar oportunidades y amenazas
- Ayuda a la toma de decisiones

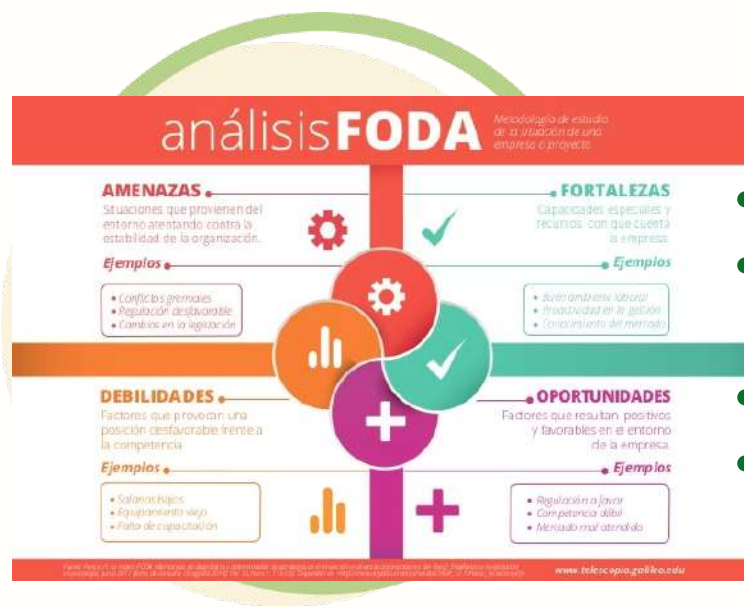
DESVENTAJAS

- la subjetividad,
- la falta de priorización
- la simplificación de la realidad
- Dificultad para manejar factores complejos o inciertos



BENEFICIOS

- Identificación de oportunidades
- Mejora de la planificación estratégica
- Gestión del riesgo
- Evaluación de la posición competitiva



¿CÓMO SE REALIZA UN ANÁLISIS FODA?

- Identificación de fortalezas y debilidades
- Evaluación de oportunidades y amenazas
- Creación de la matriz FODA
- Análisis e interpretación de los resultados





MISIÓN DE LA EMPRESA



¿QUÉ ES?



Es la razón de ser de una empresa; es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades



CARACTERÍSTICAS



- Atención (orientación al cliente)
- Alta calidad en sus productos y/o servicios
- Mantener una filosofía de mejoramiento continuo
- Innovación y/o distinguos competitivos



REQUISITOS IMPORTANTES

- **AMPLIA:** dentro de una línea de productos, pero con posibilidades de expansión
- **MOTIVADORA:** que inspire a quienes laboran en la empresa
- **CONGRUENTE:** debe reflejar los valores de la empresa



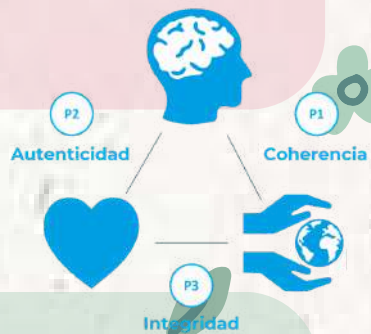
Preguntas clave para definir la misión de una empresa



- 01 ¿Qué hace el negocio?
- 02 ¿Para quién lo hace?
- 03 ¿Cómo o de qué manera lo logra?
- 04 ¿Cuándo lo realiza?
- 05 ¿Cuánto? (En ocasiones se incluye)
- 06 ¿Dónde lo hace?
- 07 ¿Cuál es el rol inspirador para el personal?

DEBE CONTESTAR 3 PREGUNTAS BÁSICAS:

- **¿Qué?** (Necesidad que satisface o problema que resuelve.)
- **¿Quién?** (Clientes a los cuales se pretende llegar.)
- **¿Cómo?** (Forma en que será satisfecha la necesidad prevista como oportunidad)



La misión de una empresa es su tarjeta de presentación, por lo que exige una constante revisión y autoevaluación del funcionamiento de la misma



VISIÓN DE LA EMPRESA



¿QUÉ ES?

Es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo. Una visión clara permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones.



La palabra visión viene del latín "visto"

la visión es la acción de ver al futuro, la mayoría de las nuevas empresas utilizan lapsos de entre 5 y 10 años de tiempo para lograrlo



Una visión, debe ser:

- Motivadora y realista
- Clara y entendible
- Factible o alcanzable
- Alineada con la misión y los valores de la empresa



Debe responder a preguntas básicas:

- ¿Cómo será mi empresa en unos años?
- ¿Cómo quiero que mi empresa sea reconocida por los clientes?
- ¿Qué ofrece esta empresa a los clientes, proveedores y sociedad?
- ¿Hasta dónde quiero llegar con esta empresa?



IMPORTANTE

- Debe observar las tendencias actuales e investigar hacia dónde se dirige la industria
- Prestar atención a los factores externos
- Poner especial cuidado en el potencial de crecimiento



OBJETIVOS DE LA EMPRESA



¿QUÉ ES?

Es el segundo paso para determinar el rumbo de la empresa y acercar los proyectos a la realidad.

Los **deseos se convierten en metas y compromisos** específicos, claros y ubicados en el tiempo



ELEMENTOS CONCRETOS:

- Asignación de recursos (**qué**)
- Asignación de actividades (**cómo**)
- Asignación de responsables (**quién**)
- Asignación de tiempos (**cuándo**)



RASGOS O PECULIARIDADES:

- **Ser alcanzables** en el plazo fijado
- Proporcionar **líneas de acción específicas**
- **Ser medibles**
- Ser **claros y entendibles**



S	M	A	R	T
Específico	Medible	Alcanzable	Relevante	Temporal
Debe ser concreto y fácil de entender	Debe poder ser medido	Debe ser posible de conseguir con nuestros recursos	Debe ser importante, e implicar un esfuerzo	Debemos poner una fecha de tiempo para conseguirlo



Los objetivos se establecen en **forma general** para la empresa y se deberán reflejar en **objetivos específicos** para cada área funcional de la misma

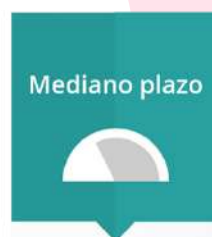


SE CLASIFICAN SEGUN EL TIEMPO:

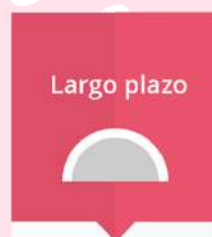
- Objetivos a **corto plazo** (6 meses a 1 año)
- Objetivos a **mediano plazo** (1 a 5 años)
- Objetivos a **largo plazo** (5 a 10 años)



Suele ser de un año debido a que coincide con el período fiscal en el cual las empresas deben presentar sus declaraciones de impuestos e informes a sus accionistas.



Oscila entre tres y siete años, dependiendo de las características de la empresa y su entorno, aunque es muy frecuente que el mediano plazo se estime en cinco años.



Oscila entre diez y 20 años, aunque debe considerarse el entorno en que se desenvuelve la empresa u organización, ya que esto puede modificar o influir en la planeación establecida.

BIBLIOGRAFIA

- Universidad del Sureste. Antología de taller del emprendedor 2025(pdf):
<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LEN/c35799364acd8c09bfa9e29f2c84c99-LC-LEN904%20TALLER%20DEL%20EMPREENDEDOR.pdf>
- ¿Qué es un análisis FODA?(pagina web):<https://www.occ.com.mx/blog/que-es-un-analisis-foda-y-como-se-hace/>