Nombre del Alumno Hiber Alejandro Aguilar Hernández

Nombre del tema: Super nota

Nombre de la Materia: TALLER DEL EMPRENDEDOR

Nombre del profesor: JUAN MANUEL JAIME DIAZ

Nombre de la Licenciatura: Enfermería

Fortalezas
- Ubicación estratégica
- Personal capacitado
- Sistemas de gestión avanzados

Oportunidades
- Implementación de tecnologías de vanguardia
- Optimización del espacio de almacenamiento
- Diversificación de proveedores

F O D A

Debilidades
- Espacio limitado
- Tecnología obsoleta
- Dependencia de proveedores

Amenazas
- Incremento de la competencia
- Fluctuaciones económicas
- Cambios normativos

Misión, visión y valores de una empresa

Preguntas claves

Misión	¿Por qué existimos?
Visión	¿En qué queremos convertirnos en el futuro?
Valores	¿En qué creemos?

OBERLO

Misión

Brindar un transporte de servicio eficiente y de calidad, brindando comodidad y seguridad a nuestros clientes en cada servicio de acuerdo a sus necesidades.

Visión

Convertirnos en una empresa reconocida en la región centro del país, por medio de un excepcional servicio a nuestros clientes.

Valores

Nuestra política de calidad en el servicio está fundamentada en lo siguientes valores:

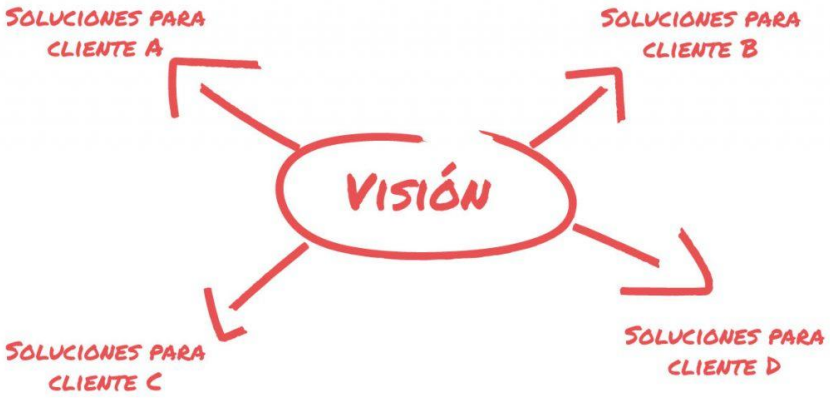
- Seguridad
- Atención
- Comodidad
- Puntualidad
- Honestidad
- Limpieza
- Confianza
- Presentación

OBERLO

MISION

La Misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define:

1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa,
2) lo que pretende hacer, y
3) el para quién lo va a hacer;



Ejemplos de objetivos de una empresa por tiempo

- Objetivo a largo plazo: una marca de camisetas quiere aumentar su participación en el mercado textil un 20 %, en un periodo de 6 años.
- Objetivo a medio plazo: la marca busca incrementar el tráfico a su página web un 15 % en el próximo año.
- Objetivo a corto plazo: a través de una campaña de publicidad en redes sociales la marca aspira a ganar 200 nuevos leads, en 5 meses.

HubSpot

Corto plazo

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.

Mediano plazo

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.

Largo plazo

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.