



Nombre del Alumno: Karla Sofía Tovar Albores

Nombre del tema: Análisis FODA, Visión, Misión y objetivos

Parcial: Segundo

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime Díaz

Nombre de la Licenciatura: Enfermería

Cuatrimestre: Noveno

Analisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, es decir, es un diagnóstico que facilita la toma de decisiones.

Se denomina FODA por las iniciales de sus cuatro componentes: Fortalezas, Debilidades (ambas, directamente relacionadas con el proyecto y son de tipo "interno", es decir, bajo el control del emprendedor para aprovecharse y/o complementarse) Oportunidades y Amenazas (variables externas difíciles de modificar pero predecibles y, por tanto, que hasta cierto punto se pueden prevenir o aprovechar).

1

Para redactar la lista de fortalezas y debilidades, es necesario pensar en aspectos como la experiencia que se pueda tener en el área en la que se piensa incursionar, además de los recursos con los que cuenta, por ejemplo, humanos, financieros, tecnológicos o de tiempo

2



3

Cuando toca el turno a las oportunidades y amenazas, es necesario observar aspectos como: las barreras de entrada y de salida, las tendencias sociales, culturales y económicas, además de los competidores actuales

4

5

Cabe aclarar que es necesario realizar constantemente el análisis FODA pues es una herramienta muy útil en las revisiones periódicas indispensables para toda empresa.

6



Misión y visión

La misión de una empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades y la visión al igual que la misión, la visión de la empresa 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 que inspiren a todos los miembros del equipo para llegar a la meta.



1

La misión debe contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo, por ejemplo:
 ° Atención (orientación al cliente).
 ° Alta calidad en sus productos y/o servicios.
 ° Mantener una filosofía de mejoramiento continuo.

2

Toda misión debe contestar tres preguntas básicas: 1. ¿Qué? (Necesidad que satisface o problema que resuelve.) 2. ¿Quién? (Clientes a los cuales se pretende llegar.) 3. ¿Cómo? (Forma en que será satisfecha la necesidad prevista como oportunidad.)

3

4

Para escribir la visión de su empresa, el emprendedor puede iniciar por responder las siguientes preguntas:
 ¿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? ¿Cuales son los valores y principios que rigen las operaciones de esta empresa?

5



6

Después de considerar los aspectos anteriores, el emprendedor puede redactar su visión, no obstante, atienda algunos ejemplos de empresas multinacionales



Objetivos

Los objetivos son los puntos intermedios de la misión. Es el segundo paso para determinar el rumbo de la empresa y acercar los proyectos a la realidad (el primer paso fue redactar la misión).

A través de los objetivos, la misión se traduce en elementos concretos, como:

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

1

Los objetivos deben poseer ciertos rasgos o peculiaridades, por ejemplo:

2

- Ser alcanzables en el plazo fijado.
- Proporcionar líneas de acción específicas (actividades).
- Ser medibles (cuantificables). Ser claros y entendibles.

3



4

Los objetivos se establecen en forma general para la empresa y se deberán reflejar en objetivos específicos para cada área funcional de la misma. Con base en el tiempo en que se pretenden cumplir, los objetivos se clasifican en las siguientes categorías:
 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).

5



6

Un elemento más a resaltar en este punto es la importancia que la industria posee a niveles nacional, regional y local ya que, en gran medida, las proyecciones realizadas se reflejarán en este aspecto particular.