



Nombre del Alumno: Andrea Ochoa Alvarado

Nombre del tema: FODA

Parcial: Unidad 2

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime Diaz

Nombre de la Licenciatura: Enfermería

Cuatrimestre: 9no

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.



F: FORTALEZAS

Son las características positivas internas que le dan una ventaja competitiva a la organización. Por ejemplo, un equipo altamente capacitado, una marca reconocida o una tecnología innovadora.

O: OPORTUNIDADES

Son factores externos positivos que la organización puede aprovechar para crecer o mejorar. Por ejemplo, un mercado en expansión, un cambio en la legislación favorable o una nueva tecnología que se puede adoptar.



D: DEBILIDADES

Son las características internas negativas que pueden obstaculizar el desempeño de la organización. Por ejemplo, falta de recursos, procesos ineficientes o falta de experiencia.

A: AMENAZAS

Son factores externos negativos que podrían dañar la organización. Por ejemplo, la competencia intensa, cambios económicos desfavorables o nuevas regulaciones restrictivas.



VISIÓN DE LA EMPRESA

PROYECCIÓN FUTURO A

Define el rumbo de la empresa a largo plazo (5-10 años) y cómo se visualiza en el futuro.



DEBE SER CLARA Y ENTENDIBLE

Una buena visión se comunica con facilidad y todos en la empresa deben poder comprenderla.

FACTIBLE REALISTA Y

Aunque debe aspirar a más, no debe alejarse de lo que es posible dentro del entorno actual.



INSPIRADORA

Motiva a todos los integrantes de la organización a trabajar hacia una meta común.

COHERENTE CON LA MISIÓN Y VALORES

Debe alinearse con el propósito y los principios que rigen las actividades de la empresa.



MISIÓN DE LA EMPRESA

ENFOCADA EN EL CLIENTE

La misión debe orientarse a satisfacer una necesidad específica del cliente con productos o servicios de alta calidad.



INNOVACIÓN Y MEJORA CONTINUA

Debe reflejar un compromiso con la innovación y el mejoramiento constante como parte central de sus operaciones.

CLARA MOTIVADORA

Tiene que ser inspiradora para quienes trabajan en la empresa, pero sin dejar de ser realista y alcanzable.



CONGRUENTE CON VALORES

Debe reflejar los valores éticos y morales de la organización y de quienes la integran.

ESPONDE A TRES PREGUNTAS ESENCIALES

¿Qué necesidad satisface? ¿A quién va dirigida? ¿Cómo se cubre dicha necesidad?



OBJETIVOS DE LA EMPRESA

CONVIERTEN LA MISIÓN EN ACCIONES CONCRETAS

A través de actividades específicas, responsables definidos y plazos establecidos.



CLASIFICADOS POR TIEMPO

Se dividen en objetivos a corto (6 meses a 1 año), mediano (1 a 5 años) y largo plazo (5 a 10 años).

GUÍAN LA ASIGNACIÓN DE RECURSOS

Ayudan a definir qué hacer, cómo hacerlo, quién lo hará y cuándo debe cumplirse.



MEDIBLES Y CLAROS

Deben permitir evaluación y seguimiento mediante indicadores cuantificables.

ESPECÍFICOS Y ALCANZABLES

Enfocados a lo posible dentro de las capacidades de la empresa.



UDS.2025.ANTOLOGIA DE TALLER DEL EMPRENDEDOR.PDF