SUPER NOTA

Nombre del alumno: Andrin Armin Cordova Pérez

Tema: Análisis FODA

Parcial: 2do parcial

Nombre de la materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime Díaz

Nombre de la licenciatura: Enfermería

Cuatrimestre: Noveno cuatrimestre

Análisis FODA, misión y visión de la empresa

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

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; se trata de factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas

Cabe aclarar que es necesario realizar constantemente el análisis FODA pues es una herramienta muy útil en las revisiones periódicas indispensables para toda empresa. Después del análisis, es tarea del emprendedor utilizar esa información para planear acciones que conviertan las debilidades en fortalezas y las amenazas en oportunidades

Misión de la empresa

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. 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.**
- **Innovación y/o distingos competitivos,**

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

Congruente

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). 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.)

Visión de la empresa

Al igual que la misión, la visión de la empresa es una declaración que ayuda el 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

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

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?
- ¿Cuáles son los valores y principios que rigen las operaciones de esta empresa

En segundo lugar debe observar las tendencias actuales e investigar hacia dónde se dirige la industria en la que quiere incursionar, es decir, prestar atención a los factores externos que pueden influir en el éxito o fracaso del proyecto. No olvide poner especial cuidado en el potencial de crecimiento que se espera con este proyecto de empresa. Después de considerar los aspectos anteriores, el emprendedor puede redactar su visión, no obstante

Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo

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)**

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

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

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)**

Ventajas competitivas. Peculiaridades del producto y/o servicio que lo hacen especial, lo cual garantiza su aceptación en el mercado; por lo general estas características son aspectos que hacen "únicos" a los productos y/o servicios de la empresa, en comparación con otros ya existentes en el mercado.

Distingos competitivos. 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 y/o servicios de la empresa que los presenta; normalmente son elementos comunes que existen ya en el mercado, pero a los que se les dará atención especial, para que la empresa se distinga por poseerlos

BIBLIOGRAFIA:

LIBRO DE UDS: TALLER DEL EMPRENDEDOR NOVENO CAUTRIMESTRE

UNIDAD II: 2.9 ANALISIS FODA, MISION Y VISION DE LA EMPRESA, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA