



Mi Universidad

SÚPER NOTA

Nombre del Alumno: Yarix Karina Escobar González

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

Parcial: II

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime Diaz

Nombre de la Licenciatura: Enfermería

Cuatrimestre: 9° "B"

Comitán de Dominguez, 15 de junio 2025

ANÁLISIS FODA

DEFINICION

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:

- Fortalezas
- Oportunidades
- Debilidades
- Amenazas

para redactar FODA se necesita

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.



Ejemplo de análisis FODA

Fortalezas <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es lo que hacemos bien? • ¿Qué hace que nuestra empresa sea especial? <p>Servicio al cliente: Nuestro servicio al cliente tiene una puntuación NPS de 50, lo que lo convierte en uno de los mejores del mundo en comparación con nuestros competidores.</p>	Debilidades <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué se podría mejorar? • ¿Qué recursos podrían mejorar nuestro desempeño? <p>Visibilidad del comercio electrónico: Debido a la falta de presupuesto de marketing, la visibilidad de nuestro sitio web es muy baja, con lo que el número de transacciones sigue disminuyendo.</p>
Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> • ¿Existen brechas de mercado en nuestro servicio? • ¿Cuáles son nuestras metas para este año? <p>Campaña de marketing: Para mejorar la visibilidad en internet de la empresa, publicaremos anuncios en YouTube, Facebook e Instagram.</p>	Amenazas <ul style="list-style-type: none"> • ¿Ha habido cambios en el sector? • ¿Cuáles son las nuevas tendencias del mercado? <p>Nuevos competidores: Se lanzó al mercado un nuevo negocio de comercio electrónico el próximo mes. Debido a este nuevo competidor, podríamos experimentar la pérdida de clientes.</p>

QUE SON

FORTALEZAS son todo lo que se tiene y que coloca al proyecto por encima de otros similares.
OPORTUNIDADES, son todos aquellos aspectos favorables para la empresa
DEBILIDADES son todas las áreas de oportunidad para mejorar y/o complementar.
AMENAZAS son las que atentan o pudieran actuar contra el desarrollo de la empresa.

PARA QUÉ ES IMPORTANTE

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.

MISION Y VISION DE LA EMPRESA

MISION

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.



Características de la misión

- Atención (orientación al cliente). □
- Alta calidad en sus productos y/o servicios.
- Mantener una filosofía de mejoramiento continuo. □
- Innovación y/o distingos compe

requisitos que le den validez y funcionalidad:

- **Amplia.** Dentro de una línea de productos, pero con posibilidades de expansión a otros artículos o líneas similares.
- **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.



Kaplan, Robert, David Norton. Strategy Maps: Harvard Business School Press, 2004.

Toda misión debe contestar tres preguntas básicas

1. ¿Qué?
2. ¿Quién?
3. ¿Cómo?



VISION DE LA EMPRESA

La visión de la empresa es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo.

VISION Y OBJETIVOS EMPRESARIALES
Plan de Negocio



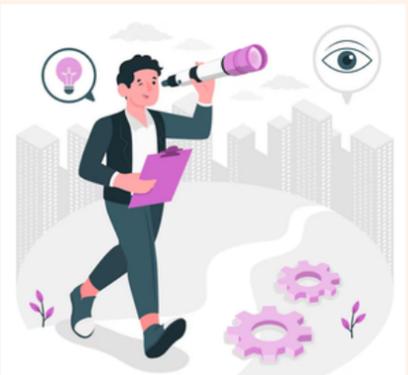
Una visión debe ser

- 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.

se debe 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.



OBJETIVOS DE LA EMPRESA

DEFINICION

En los objetivos los deseos se convierten en metas y compromisos específicos, claros y ubicados en el tiempo. Así, la misión deja de ser una intención para convertirse en una realidad concreta.



la mision se traduce en elementos concretos como:



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

Deben poseer ciertos rasgos

- 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.

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).

