



Mi Universidad

Súper nota

Nombre del Alumno: Nicole Berenice Penagos Armas

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

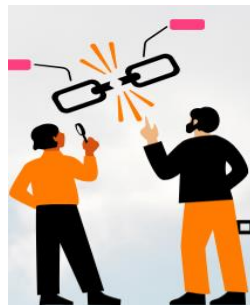
Parcial: 2

Nombre de la Materia: taller del emprendedor

Nombre del profesor: Juan Manuel Díaz Jaime

Nombre de la Licenciatura: psicología general

Cuatrimestre:9



ANÁLISIS FODA

¿Qué es?

es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto,



F Fortalezas

(variable interna relacionada con el proyecto, bajo el control del emprendedor)

O Oportunidades (variables externas difíciles de modificar pero predecibles)

D Debilidades (variable interna relacionada con el proyecto, bajo el control del emprendedor)

A Amenazas (variables externas difíciles de modificar pero predecibles)





PUNTOS IMPORTANTES

Las fortalezas y debilidades

estos aspectos hay que tomarlos en cuenta en cuanto el áreas que se desea incursionar, respecto aspectos como; dinero tiempo etc.



Mientras las debilidades son una oportunidad para mejorar o complementar

Oportunidades y amanezcas



Es necesario observar aspectos como ; las barreras de entrada y salida del emprendimiento como; las tendencias sociales, culturales , económicas etc



MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA

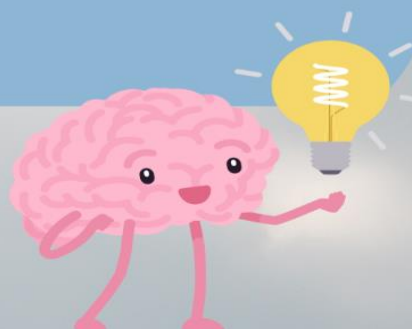
MISIÓN

es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades.



sus características :

- Atención (orientación al cliente). Alta calidad en sus productos y/o servicios.
- Mantener una filosofía de mejoramiento continuo.
- Innovación y/o distingos competitivos, que le den a sus productos y servicios especificaciones que atraigan y mantengan al cliente (larga duración, garantía, sencillez de uso).



LA MISIÓN DEBE REUNIR CIERTOS REQUISITOS COMO:



● **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.



LA MISION DEBE CONTESTAR LAS SIGUIENTES TRES PREGUNTAS:

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



¿QUÉ ES?

es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo.



DEBE TENER:



- 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 crear la visión el emprendedor puede iniciar Cuestionarse estas 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?

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

¿QUÉ ES?

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).

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.

LOS OBJETIVOS SE CLASIFICAN EN:

- 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



Todo producto o servicio de una empresa debe encaminarse a la satisfacción de una necesidad o a la solución de un problema de un segmento de mercado definido.



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

