



Nombre del Alumno: Maritza Yocelin Roblero Bravo

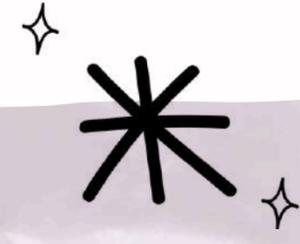
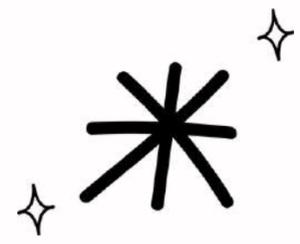
Parcial: 1

Nombre de la Materia: taller del emprendedor

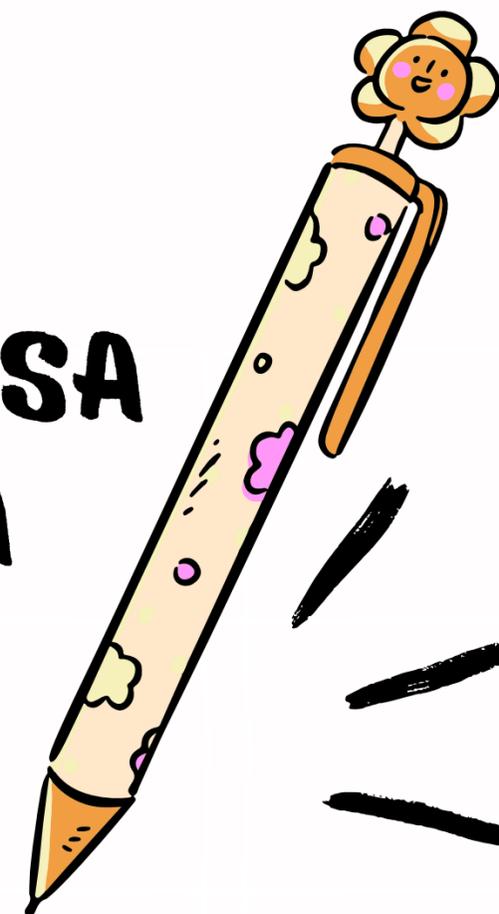
Nombre del profesor: Jaime Díaz Juan Manuel

Nombre de la Licenciatura: psicología general

Cuatrimestre: 9



**ANÁLISIS FODA**  
**MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA**  
**OBJETIVOS DE LA EMPRESA**



# ANÁLISIS FODA



El Análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica que permite identificar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de una empresa, para tomar decisiones más acertadas.

## Características:

- Analiza el entorno interno (fortalezas y debilidades) y externo (oportunidades y amenazas).
- Ayuda a identificar ventajas competitivas.
- Es flexible y se puede aplicar a empresas, proyectos o personas.
- Fomenta la toma de decisiones estratégicas.
- Suele representarse en una matriz de 2x2.



# FODA

- 
- F – Fortalezas (internas):
    - Capacidades o recursos que dan ventaja competitiva.
    - Ejemplos: buena atención al cliente, tecnología avanzada, marca reconocida.
  - O – Oportunidades (externas):
    - Factores del entorno que pueden beneficiar a la empresa.
    - Ejemplos: nuevos mercados, cambios legales favorables, alianzas estratégicas.
  - D – Debilidades (internas):
    - Aspectos que limitan o afectan el desempeño de la empresa.
    - Ejemplos: mala comunicación interna, falta de capacitación, infraestructura deficiente.
  - A – Amenazas (externas):
    - Situaciones externas que pueden poner en riesgo los objetivos.
    - Ejemplos: competencia agresiva, crisis económica, cambios tecnológicos.



## Objetivos:

- Evaluar la situación real de la empresa.
- Aprovechar oportunidades del entorno.
- Minimizar riesgos o amenazas.
- Corregir debilidades internas.
- Potenciar fortalezas para crecer o competir mejor.

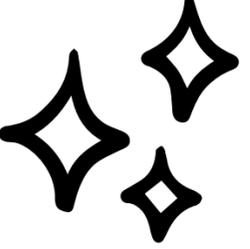
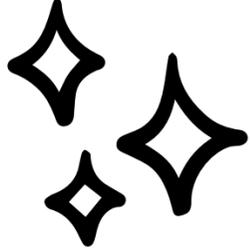
# MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA



- Misión: Es la razón de ser de la empresa. Describe lo que hace, a quién va dirigido y cómo lo hace. Se enfoca en el presente.
- Ejemplo: “Proveer alimentos saludables y accesibles que mejoren la calidad de vida de las personas.”
  
- Visión: Es la proyección futura de la empresa, es decir, lo que aspira a ser o lograr en el futuro. Se enfoca en el largo plazo.
- Debe ser motivadora, ambiciosa y a largo plazo.
- Ejemplo: “Ser la marca líder de alimentos sostenibles en Latinoamérica para el año 2030.”

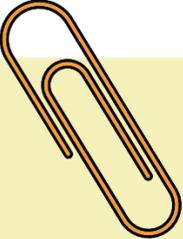


# MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA



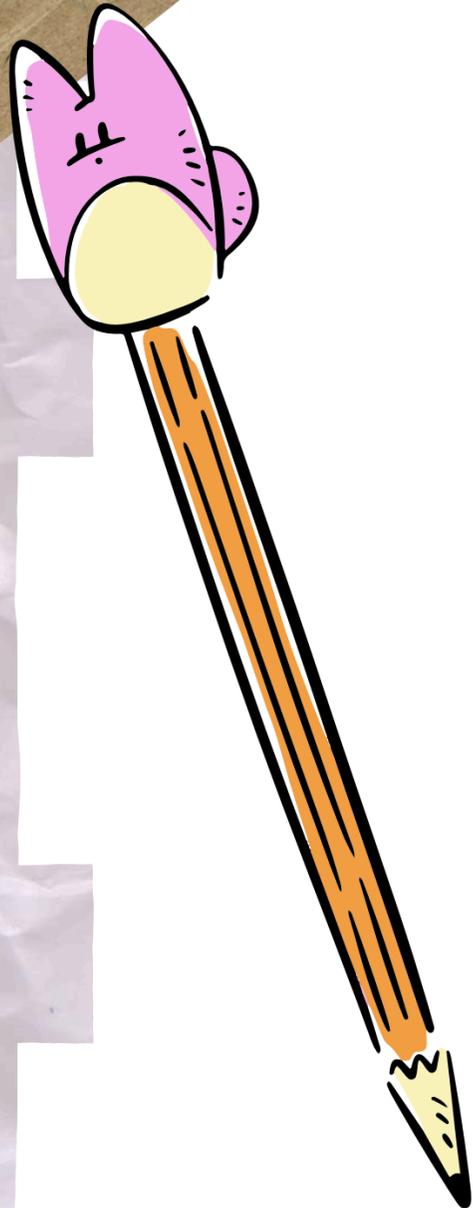
## CARACTERÍSTICAS

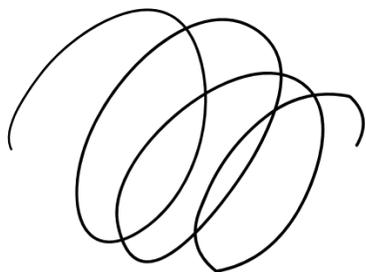
- Son la base de la identidad corporativa.
- Guían la cultura organizacional y la estrategia empresarial.
- Deben ser claras, motivadoras y realistas.
- Se comunican a todos los miembros de la empresa.



## OBJETIVOS

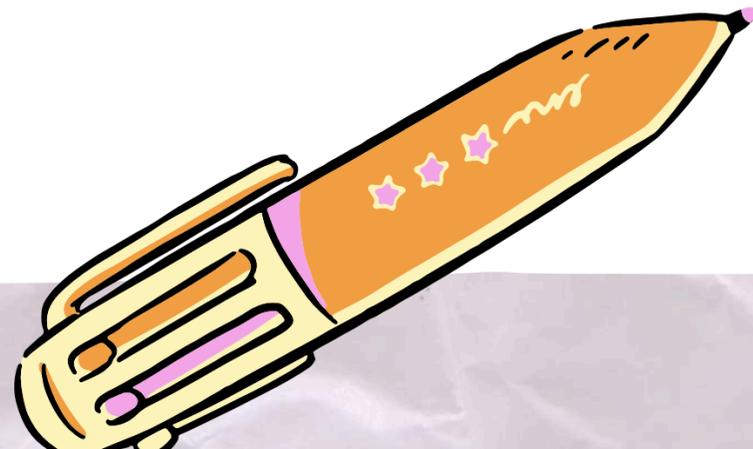
- Definir el rumbo de la empresa.
  - Inspirar y alinear al equipo de trabajo.
  - Establecer una dirección clara para la toma de decisiones.
  - Comunicar el propósito de la organización al público y a los clientes.
- 





## OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Los objetivos empresariales son los resultados o metas que una empresa desea alcanzar en un período determinado. Sirven como guía para su operación y desarrollo.



### Características:

- Son específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo definido (SMART).
- Se clasifican por plazo (corto, mediano y largo) o por tipo (económicos, sociales, operativos, etc.).
- Están alineados con la misión y visión de la empresa.
- Ayudan a evaluar el rendimiento y el crecimiento.



## Objetivos:

- Dirigir y coordinar los esfuerzos de la organización.
- Lograr crecimiento económico, eficiencia y sostenibilidad.
- Mejorar la productividad y competitividad.
- Cumplir con responsabilidades sociales y ambientales.
- Medir el progreso hacia la visión empresarial.

