



Nombre del Alumno: valeria trujillo yañez

Nombre del tema: super nota

Parcial : 2

Nombre de la Materia : Taller del Emprendedor

Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime Diaz

Nombre de la Licenciatura : psicologia

Cuatrimestre: 9

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANÁLISIS FODA:

<https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

<https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-foda/>

- MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA
- OBJETIVOS DE LA EMPRESA

ANTOLOGÍA UDS, TALLER DEL EMPRENDEDOR

ANÁLISIS FODA

¿QUÉ ES EL ANÁLISIS FODA O DAFO?

El análisis FODA es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas del negocio o, incluso, de algún proyecto específico.



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.

El análisis FODA es una herramienta simple y, a la vez, potente que te ayuda a identificar las oportunidades competitivas de mejora. Te permite trabajar para mejorar el negocio y el equipo mientras te mantienes a la cabeza de las tendencias del mercado.



FORTALEZAS



¿QUÉ SIGNIFICA FODA?

Las fortalezas de FODA o DAFO hacen referencia a las iniciativas internas que funcionan bien. Se podrían comparar con otras iniciativas o con un costado competitivo externo

Las debilidades en FODA se refieren a las iniciativas internas que no funcionan como es debido. Es una buena idea analizar las fortalezas antes que las debilidades para generar referencias de lo que significan el éxito y el fracaso

DEBILIDADES



OPORTUNIDADES

Las oportunidades en FODA son el resultado de las fortalezas y las debilidades, junto con cualquier iniciativa externa que te colocará en una posición competitiva más sólida.



AMENAZAS

Las amenazas en FODA se refieren a las áreas que tienen el potencial de causar problemas. Difieren de las debilidades en que las amenazas son externas y, por lo general, están fuera de nuestro control.



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE REALIZAR UN ANÁLISIS FODA?



Con un análisis FODA puedes mejorar los procesos y planificar el crecimiento. Si bien es similar a un análisis de competitividad, difiere en que se evalúan tanto los factores internos como externos. Al analizar las áreas clave en torno a estas oportunidades y amenazas

- **identifica aquellas áreas que podrían mejorarse**



- **identifica las áreas de oportunidad**



identifica las áreas que podrían estar en riesgo



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



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.



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



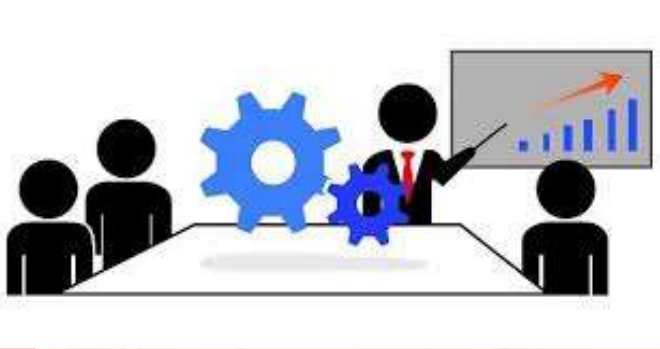
- Motivadora para todos los integrantes de la empresa
- Clara y entendible
- Factible o alcanzable, aunque no sea fácil.

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



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.



Los objetivos se establecen en forma general para la empresa y se deberán reflejar en objetivos específicos para cada área funcional de la misma



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



Peculiaridades del producto y/o servicio que lo hacen especial, lo cual garantiza su aceptación 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



Este punto del plan de negocios establece las condiciones actuales de la industria o sector en que participa la empresa, así como sus condiciones futuras que se pueden prever a partir del reciente desarrollo que haya presentado

Es muy importante establecer con claridad los productos y/o servicios que la empresa ofrecerá al mercado; La descripción, si bien no es necesario que sea muy precisa, sí debe proporcionar una idea clara del producto o servicio.

