



SÚPER NOTA

Nombre del Alumno: Leslie Floese Velasco Abarca

Nombre del tema: Análisis FODA

- Misión y visión de la empresa

- Objetivos de la empresa

Parcial: II

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime Díaz

Nombre de la Licenciatura: Psicología

Cuatrimestre: 9

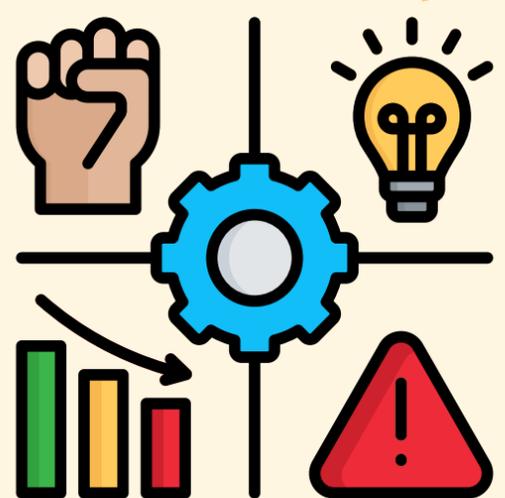
BIBLIOGRAFÍA

- <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LPS/b9afeffac2f143cd649d87c1bda7b9f2-LC-LPS906%20TALLER%20DEL%20EMPRENDEDOR.pdf>

ANÁLISIS FODA

¿QUÉ ES?

El análisis FODA es una herramienta estratégica que permite al emprendedor evaluar la viabilidad actual y futura de un proyecto. Actúa como un diagnóstico integral que ayuda a tomar decisiones informadas.



¿QUÉ SIGNIFICA?

- Fortalezas → Aspectos internos positivos.
- Oportunidades → Factores externos favorables.
- Debilidades → Aspectos internos negativos.
- Amenazas → Factores externos que representan riesgos.

COMPONENTES

1. Fortalezas (Internas)

- Son recursos y capacidades con las que ya cuenta la empresa.
- Le dan una ventaja competitiva sobre otras similares.
- Ejemplos: experiencia previa, personal capacitado, recursos financieros, tecnología propia.

2. Debilidades (Internas)

- Son áreas de oportunidad que pueden afectar negativamente el desempeño del proyecto.
- Deben ser identificadas para mejorarse o complementarse.
- Ejemplos: falta de experiencia, recursos limitados, mala organización.

3. Oportunidades (Externas)

- Factores del entorno que pueden favorecer el desarrollo del negocio si se identifican y aprovechan.
- Ejemplos: tendencias del mercado, cambios sociales o culturales, nuevas necesidades del consumidor

4. Amenazas (Externas)

- Factores externos que pueden perjudicar el éxito del proyecto si no se gestionan adecuadamente.
- Ejemplos: aparición de competencia fuerte, cambios económicos o normativos, barreras de entrada.

IMPORTANCIA

- Permite al emprendedor:
 - Identificar el entorno competitivo.
 - Anticiparse a riesgos.
 - Potenciar ventajas.
 - Diseñar estrategias para convertir debilidades en fortalezas y amenazas en oportunidades.
- Debe realizarse periódicamente para adaptarse a los cambios del mercado.



MISIÓN Y VISION DE LA EMPRESA

MISIÓN

¿QUÉ ES?

Es la razón de ser de la empresa. Define el propósito para el cual existe y guía sus acciones y decisiones.

Características de una buena misión:

- Atención al cliente.
- Calidad en productos y servicios.
- Mejora continua.
- Innovación o características que diferencien a la empresa.

REQUISITOS

- Amplia: Que permita crecimiento sin perder identidad.
- Motivadora: Inspire a empleados sin parecer inalcanzable.
- Congruente: Refleje los valores éticos y culturales de la organización.

PREGUNTAS QUE DEBE RESPONDER

- ¿Qué necesidad satisface o problema resuelve?
- ¿Quiénes son sus clientes?
- ¿Cómo satisface esa necesidad?

IMPORTANCIA

- Actúa como una tarjeta de presentación.
- Debe revisarse y ajustarse constantemente para mantener coherencia entre el propósito y el funcionamiento.

VISION

¿Qué es?

Es una proyección a futuro de lo que la empresa aspira ser en un periodo de 5 a 10 años. Guía el crecimiento estratégico y establece metas inspiradoras.

Características:

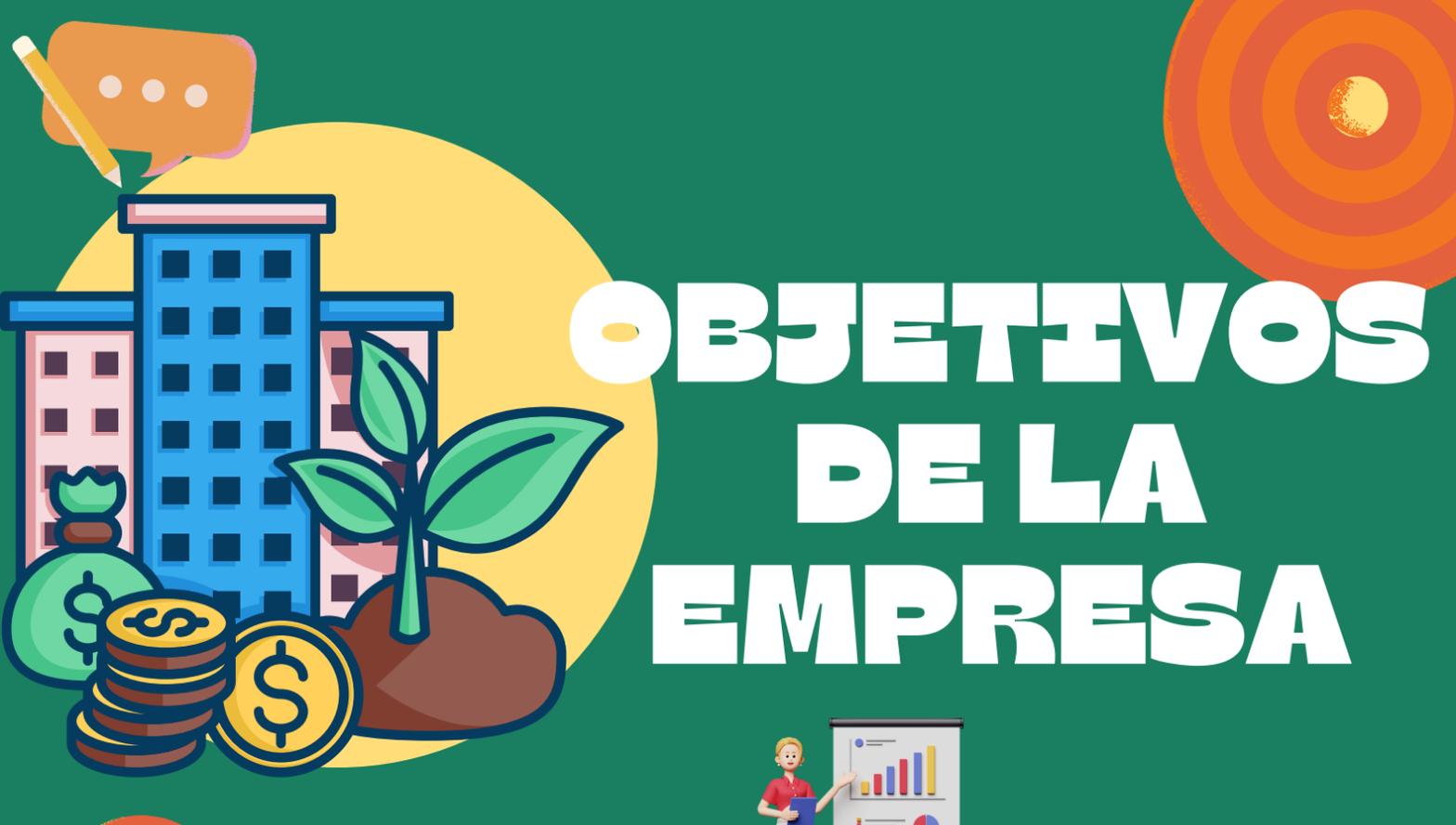
- Motivadora.
- Clara y entendible.
- Realista y alcanzable.
- Alineada con la misión y los valores.

Preguntas para construir la visión:

- ¿Cómo será mi empresa en unos años?
- ¿Cómo quiero que sea reconocida?
- ¿Qué valor ofrece a clientes, proveedores y sociedad?
- ¿Cuáles son sus principios?
- ¿Qué potencial de crecimiento tiene?

Ejemplos:

- Coca-Cola Company: Ser el mejor embotellador del mundo, reconocido por su excelencia operativa.
- CEMEX México: Ampliar presencia nacional e internacional aprovechando medios logísticos eficientes.



OBJETIVOS DE LA EMPRESA



¿QUÉ SON?

Son metas específicas que se establecen para hacer realidad la misión y visión de la empresa. Indican qué se quiere lograr, cómo, cuándo y con qué recursos.



CARACTERÍSTICAS

- Claros y comprensibles.
- Medibles: Pueden cuantificarse.
- Alcanzables: Realistas y viables.
- Específicos: Indican qué, cómo, cuándo y quién.



FUNCIONES

- Traducen la misión en acciones concretas.
- Permiten asignar:
 - Recursos.
 - Actividades.
 - Responsables.
 - Tiempos.



CLASIFICACIÓN SEGÚN EL PLAZO



Tipo de objetivo	Tiempo estimado	Ejemplo
Corto plazo	6 meses a 1 año	Aumentar 10% las ventas en el primer año.
Mediano plazo	1 a 5 años	Expandirse a otra ciudad en 3 años.
Largo plazo	5 a 10 años	Convertirse en líder regional del sector.

