



CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA

La importancia de una misión y visión es un concepto que la mayoría de las empresas conoce, sin embargo, al momento de definir las, transmitirla a todos los colaboradores y lograr que sea el motor que los lleve a alcanzar el éxito y el cumplimiento de todos sus objetivos, se convierte en un gran reto para la gran mayoría de las organizaciones.

La identidad y filosofía de una empresa se compone por tres elementos esenciales: misión, visión y valores. Cada una de ellas define el camino y estrategia a seguir, los planes a futuro y los lineamientos que la caracterizan y la hacen diferente de las demás.

Como primer punto, la misión brinda identidad y personalidad a una empresa, mostrando a su entorno externo el ámbito en el cual se desarrolla y permitiendo distinguirla de otras empresas similares. La razón de establecer la misión es que ésta sirva como punto de referencia que permita lograr que se establezcan objetivos, diseñen estrategias, tomen decisiones y se ejecuten tareas acordes a este lineamiento.

Una buena misión es clara y entendible por todos los miembros de la compañía y debe responder a cuatro preguntas esenciales: ¿qué hacemos?, ¿cómo lo hacemos?, ¿para qué lo hacemos?, ¿a quién va dirigido el servicio y/o producto?

Una vez se tiene definida la razón de ser de la empresa, la visión establece de manera concreta qué es lo que se quiere llegar a ser, por tanto, es una declaración que indica hacia dónde se dirige la organización a largo plazo, o qué es aquello en lo que pretende convertirse.

La visión es la mejor forma de trabajar juntos hacia un destino común; la manera de poder dirigir los esfuerzos individuales hacia los objetivos organizacionales. Por tanto, debe ser formulada por los líderes y se caracteriza por ser coherente y convincente; amplia, detallada (qué, cómo, cuándo, porqué) y compartida por todos los miembros de la organización.

Cuando una empresa ha definido claramente su razón de ser y hacia dónde se dirige se deberán de establecer los valores que caracterizarán el comportamiento y su estilo de trabajo. La definición de estos es importante debido a que dan el fundamento para la comprensión de las actitudes y motivación de las personas.

Los valores de la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define a sí misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes, por ello al definirlos se establecen lineamientos y pautas para el comportamiento idóneo.

LA MISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

La misión es la formulación del propósito para el cual existe la organización, su razón de existir, y proyecta su singularidad. Generalmente, es expresada en una sola frase y debe constar de tres partes: descripción de lo que la organización hace, para quién está dirigido el esfuerzo (target) y presentación de la particularidad o singularidad de la organización (el factor diferencial).

Tiene un carácter bastante duradero, pero puede ser mejorada o modificada cuando la organización así lo requiera.



Formulación Y Características De La Misión

La definición de la misión delimita el campo de acción de la organización con el fin de concentrar y dirigir los recursos de esta a un objetivo determinado. Debe orientar el rumbo y el comportamiento en todos los niveles en los que se estructure la organización. Sin una definición clara de la misión, ninguna organización puede progresar.

De todo lo anterior se desprende que el propósito de la misión no es exponer fines concretos, sino ofrecer una dirección general, una filosofía que motive y sirva de guía para el desarrollo de la organización.

Por otro lado, toda misión se estructura en dos dimensiones: la económica y la social, dependiendo la segunda de la primera. Mientras que la dimensión económica hace referencia a la necesidad de ser rentable, la dimensión social pone el énfasis en aspectos como generar empleo, desarrollar profesionales o cualquier aspecto específico del sector en el que la organización desarrolle su actividad.

1. Es el punto de partida idóneo para una mejor formulación de los objetivos y estrategias de la organización.
2. Asegura una continuidad en los objetivos de la organización.
3. Asigna los recursos organizacionales de manera lógica para el cumplimiento de los objetivos.
4. Concentra y orienta los recursos organizacionales.
5. Permite formular misiones específicas para cada una de las unidades en las que se divide la organización.
6. Permite establecer un clima organizativo que sirva de fuente de motivación.

A continuación, vamos a indicar las características más importantes que debe contener la formulación de la misión:

- Debe expresar el servicio que presta la organización, no el producto que vende.
- Debe estar dirigida al desarrollo y fomento de los valores de los miembros de la organización.
- Deber estar orientada hacia las necesidades de la sociedad, en general, y de las personas, en particular.
- Debe estar orientada al largo plazo.
- Debe ser creíble.
- Debe ser simple, clara y directa.
- Todos los miembros de la organización deben conocerla, comprenderla y compartirla.
- Debe ser original y única.
- Debe ser amplia para que pueda desglosarse en varios objetivos concretos.
- Debe ser ambiciosa, pero alcanzable.
- Debe ser revisada, como mínimo, cada dos años y actualizada si fuese necesario.

Para finalizar, vemos como ejemplo la misión de la empresa Nestlé:

Contribuir a la nutrición, salud y bienestar de las personas, poniendo a su disposición productos de la máxima calidad para cualquier momento del día y para todas las etapas de la vida, y gestionando los negocios de manera que creen valor para la compañía a la vez que para la sociedad.

Objetivos Y Elaboración De La Misión

Podríamos resumir los objetivos de la misión en los siguientes:

- Anticiparse a los cambios que puedan ejercer una profunda influencia en la organización.
- Ofrecer una misma identidad a todas las unidades de la organización.
- Generar y definir objetivos estratégicos concretos.
- Desarrollar valores positivos en los miembros de la organización.

El proceso de elaboración de la misión podría resumirse en:

1. Inicio por parte de la alta dirección de la organización.

2. Participación y compromiso de todos los niveles de dirección y representantes de los trabajadores.

3. Elaboración de la expresión de la misión.

4. Revisión y retroalimentación.

5. Difusión entre todos los niveles y empleados de la organización.

6. Aprobación y compromiso.

LA VISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

La visión es un conjunto de valores y definición de un estado deseado que se pretende alcanzar, es una imagen del futuro deseado que buscamos alcanzar con nuestros esfuerzos y acciones. Es la brújula que guiará a líderes y seguidores.

La formulación de la visión es un paso decisivo que logra la definición de lo que debe ser una organización. Además, definir la visión fortalece el liderazgo, ya que el líder logrará transmitir y retroalimentar su visión de futuro a sus seguidores, compartiendo deseos e intereses.

Formulación Y Características De La Visión

El proceso de formulación de la visión podría resumirse en:

- Evaluación de la información.
- Realizar una tormenta de ideas que ayude a definir la expresión de la visión.
- Definir la visión.
- Retroalimentación y aprobación.
- Comprobar que la visión sea compatible con la misión y que realmente contribuya a la consecución de la misma.
- Difusión entre todos los niveles y empleados de la organización.
- Aprobación y compromiso.

Las características más importantes que debe contener la formulación de la visión son:

1. Es un objetivo a largo plazo que engloba el resto de objetivos estratégicos.

2. Proporciona una declaración fundamental de los valores y metas de la organización.

3. Definir la visión es una de las tareas más importantes del líder.

4. Debe atraer la atención (un slogan, una imagen, etc.).

5. Debe responder a la pregunta de qué queremos ser.

Continuando con el ejemplo anterior, vemos la visión de la empresa Nestlé:

Ser la empresa reconocida como líder en nutrición, salud y bienestar a nivel mundial por parte de sus consumidores, empleados, clientes, proveedores y todos los grupos de interés relacionados con la actividad de la compañía.

Problemas En La Formulación De La Visión

Los principales problemas y errores a evitar en la formulación de la visión son:

- Que la visión no sea compatible y no se encuentre alineada con la misión.
- Centrarse en el aspecto económico de la organización.
- Definir la visión sin un proceso previo de retroalimentación.
- Definir la visión sin haber realizado un análisis previo de la información (factores internos y externos).
- Definir una visión que no sea realista (hay que saber diferenciar entre “lo que se puede” y “lo que se quiere”).

LA IMPORTANCIA DE LA MISIÓN Y VISIÓN DE UNA EMPRESA

Las organizaciones que quieran perdurar en el tiempo generando éxitos en forma constante, deben tener ciertos parámetros fijos. Si bien tienen que estar dispuestas a modificar distintos aspectos según lo amerite el mercado o los avances tecnológicos, su misión y visión jamás deben variar. Pueden cambiar las estrategias de venta, los canales de comunicación, los planes de negocios o la atención al cliente, pero estos dos elementos no deben cambiar.

La misión y visión definen la base de la compañía, representan por qué y para qué existe dicha firma y todas las líneas laborales se trazan en relación a estas definiciones. En ambos conceptos están las ideologías más arraigadas, los valores y propósitos con los que se articula todo el desarrollo de la organización.

Existen compañías que creen que, si cambian los mercados, los clientes o la economía, por ende, se debe ir a los viejos estatutos y modificarlos para que tengan relación con los nuevos cambios. Esto es un error.

Las organizaciones que entienden que el núcleo está en la misión y visión y que estos conceptos funcionan como unificadores, serán exitosas, ya que tanto los clientes, proveedores, alianzas estratégicas y competencia verán que son una entidad constante que no cambia su ideología para obtener más utilidades, sino que actualiza su forma de hacer negocios.

Ya que la misión y visión no son modificables, es muy importante que su definición sea breve y específica. Esto hará más claro el mensaje y más arraigado quedará en los trabajadores y clientes.

Nunca menosprecies los conceptos de visión y misión ni lo de por algo claro y fácil. Es tan importante cómo decidir a donde quiero ir y que tengo que hacer para lograrlo.

¿Cómo van a remar los colaboradores en la dirección que queremos si no conocen la dirección? y precisamente esto es la visión, el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad. Debe ser una frase simple, corta y precisa, que sea fácilmente entendible por todos los miembros de la organización. La visión debe ser grande y audaz.

Cuando hablamos sobre la misión nos referimos a la razón de ser de la empresa, es decir, al motivo que le lleva a la realización de su actividad diaria. Podemos establecer que la misión se refiere a lo que la empresa debe llevar a cabo con el fin de alcanzar la visión. El porqué de la existencia de la empresa y qué debe hacer. La misión debe recoger el conjunto de valores de la organización y su conciencia de responsabilidad social (posición ética sobre cuestiones de seguridad, ecología, calidad). La misión debe ser reconocida y compartida por todos los miembros de la organización para alcanzar un alto grado de armonía en la acción conjunta.

