



PROPUESTA DE PLANEAMIENTO

Amalia Fernández Vargas



Visión y Misión Empresarial





Agenda:

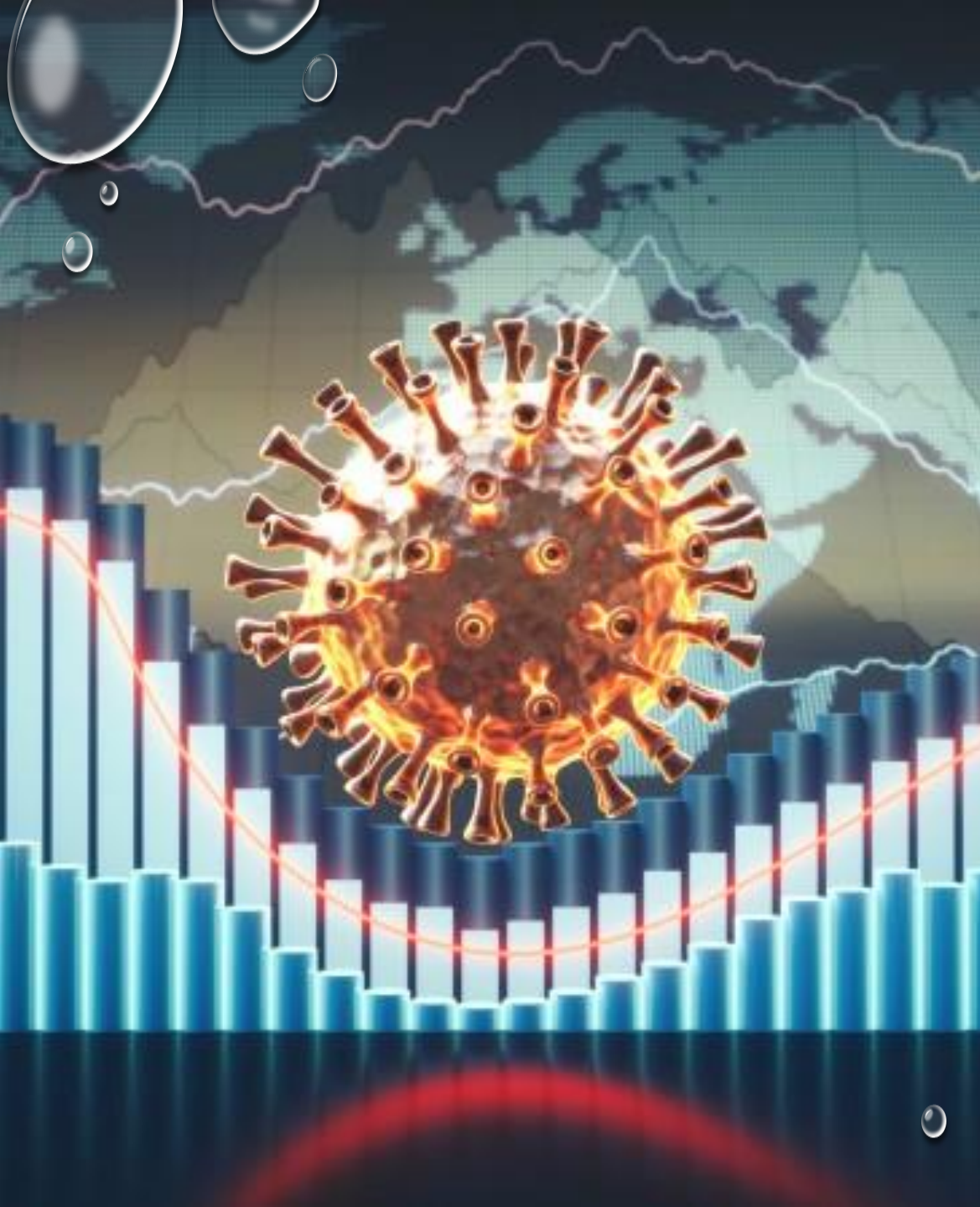
Vision
Misión:

Concepto
Objetivo.
Importancia.
Componentes.

Introducción



Al igual que una caravana en el desierto que no tiene definido su rumbo, o un ser que no sabe que es lo que desea llegar a ser, una empresa que no tiene claramente definida su Visión y Misión, no puede llegar a ser eficiente, mucho menos competitiva en un mundo globalizado.



En tiempos de calma es fácil sobrevivir, ya que su entorno permite tomar decisiones sin prisa.

El problema se nota cuando las situaciones se tornan adversas, cuando hay muchos vientos en contra y pocas oportunidades a favor.

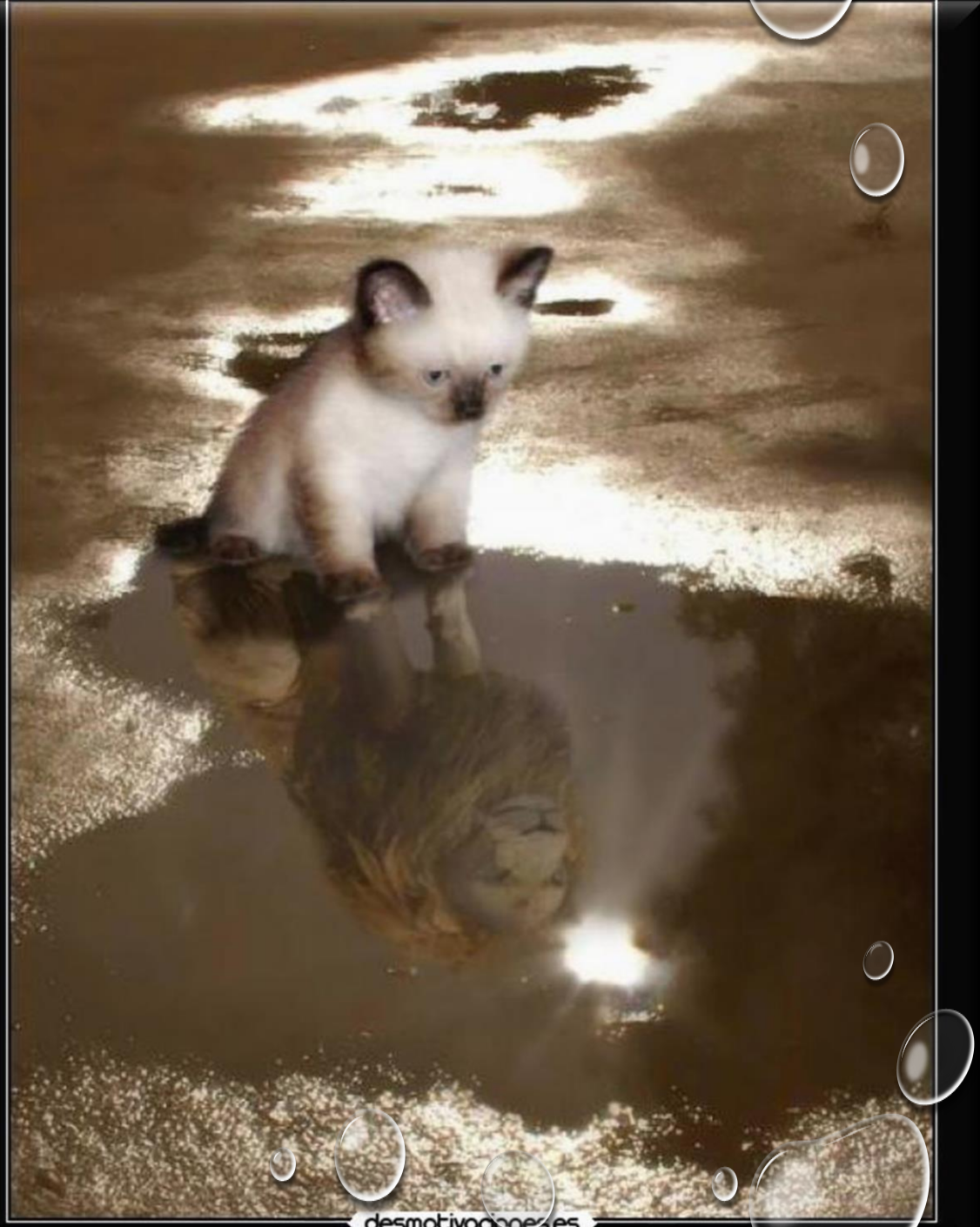
Aún así muchos involucrados tienden a dejarse llevar por el juego de resolver y ocuparse de lo urgente, olvidándose de que sólo cuando se atiende claramente lo importante, es cuando se puede analizar correctamente los esfuerzos para adecuarse a la cambiante situación.



*-Un vendedor de tecnología quiere verle, Majestad.
- No me interesa! Tengo una batalla que librar.*

Ahora hablemos de Visión:

La visión plantea un desafío, es ese punto en el futuro a donde queremos llegar, que es lo que queremos lograr con el paso del tiempo y en un largo plazo.





VISIÓN

Una buena visión representa un sueño y por tanto debe ser motivadora para todos los integrantes del equipo u organización, debe además ser un mensaje claro y convincente.

La visión deber ser algo factible pero a su vez debe ser algo que no sea tan sencillo lograr.

Visión según autores:

Quigley afirma que esta “es comprender el pasado y el presente para poder proyectar el futuro con acierto, es una ruta para el futuro”.

Kevan Scholes y Gerry Johnson dicen que “es la que engloba un futuro deseado, las aspiraciones de la organización y así motivar a los integrantes de la empresa”.

Karlof menciona que “es el nacimiento del futuro distante, con lo que la empresa logra desarrollarse de la mejor manera posible siguiendo las aspiraciones de sus líderes”.



Misión

Objetivo de mas alto nivel. Enunciado duradero del propósito que distingue a las organizaciones de otras similares.

El enunciado de la misión es una declaración formal de la razón de ser de una organización, constituye la esencia de ésta. La misión indicará que es lo que hacemos, hacía donde está dirigido nuestro esfuerzo y aquello que nos hace diferentes.



Es esencial para establecer objetivos y formular estrategias.

Revela el camino para alcanzar la “visión” a largo plazo con respecto a lo que se quiere ser y a quien se quiere atender.





La visión se determina antes que la misión, ya que esta última debe estar dirigida a cumplir dicha visión.

Objetivos de la Misión:



Definir lo que es la organización y lo que aspira ser.

Distinguir una organización de otra.

Servir como marco de evaluación de las actividades tanto actuales como futuras.

Estar expresada en términos lo bastante claros como para ser ampliamente comprendida por todos los miembros de la organización.

Importancia:

Asegurar unanimidad de propósitos dentro de la organización.

Proporcionar una base para motivar la asignación y uso de recursos de la organización.

Especificar los propósitos de la organización y su transformación en objetivos y metas de manera que los parámetros de costo, tiempo y desempeño puedan ser evaluados y controlados.



Componentes del enunciado de la Misión:



Clientes: ¿quiénes son nuestros clientes?

Productos o servicios: ¿cuáles son las cualidades de los principales productos o servicios de la empresa?

Mercados: ¿dónde compite o desea competir la firma?

Tecnología: ¿cuál la tecnología con la que cuenta o pretende contar la empresa?

Filosofía: ¿cuáles son las creencias, valores, aspiraciones y prioridades de la empresa?

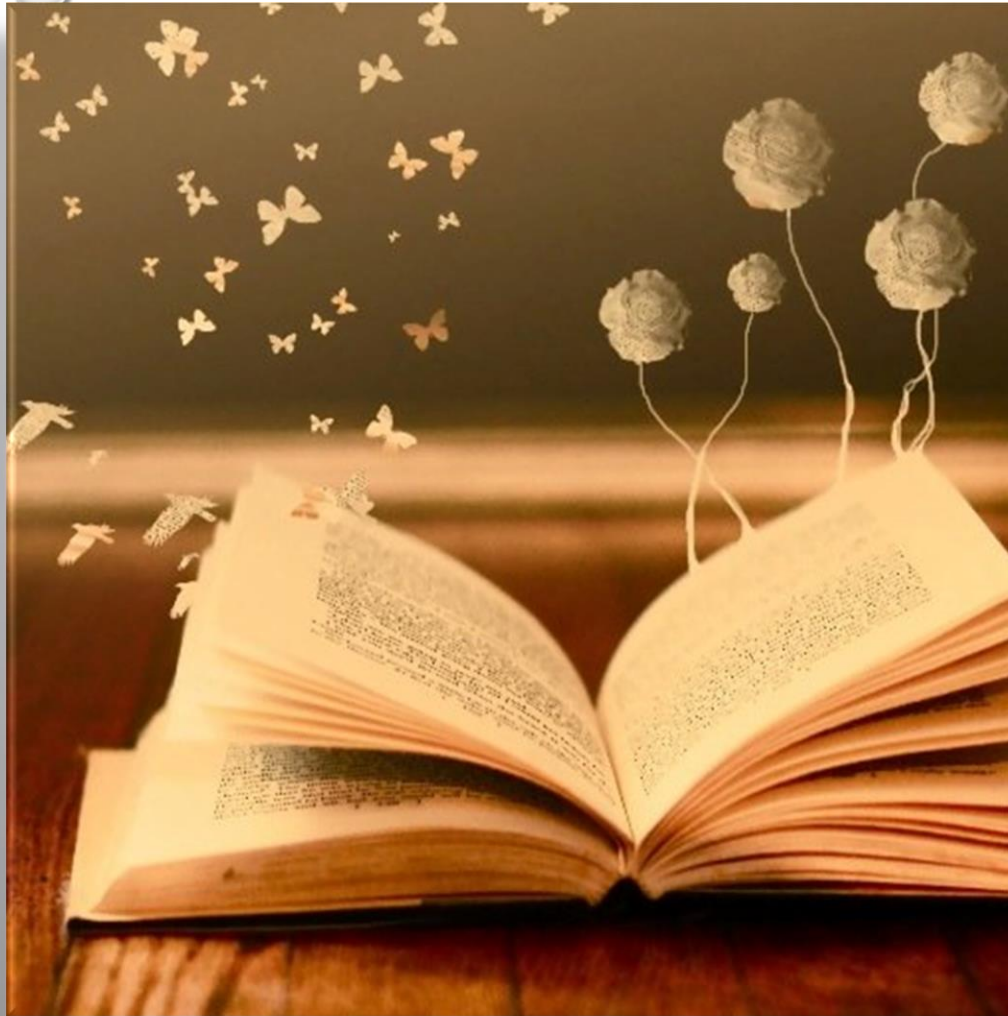
Auto concepto. ¿Cuáles son las principales ventajas competitivas, puntos fuertes de la firma?

Preocupación por la imagen pública ¿cuál es la imagen corporativa que se quiere proyectar?

Efectividad conciliadora ¿el enunciado de la misión expresa efectivamente los deseos de los interesados (clientes, trabajadores, accionistas, comunidad, etc)

Calidad inspiradora ¿el enunciado motiva y estimula a la acción de quienes la leen?





Consideraciones sobre la incorporación de productos y servicios en la Misión

“No me ofrezcan cosas”



No me ofrezcan ropa: ofrézcanme un apariencia atractiva.

No me ofrezcan zapatos. Ofrézcanme comodidad para mis pies y el placer de caminar.

No me ofrezcan una casa: ofrézcanme seguridad, comodidad y un lugar limpio y feliz.

No me ofrezcan libros: ofrézcanme horas de placer y el beneficio del conocimiento.

No me ofrezcan discos: ofrézcanme distracción y el encanto de la música.

No me ofrezcan muebles: ofrézcanme la comodidad y tranquilidad de un lugar.

No me ofrezcan herramientas: ofrézcanme el beneficio y el placer de hacer cosas hermosas.

No me ofrezcan cosas. Ofrézcanme ideas, emociones, ambientes, sentimientos, beneficios.



¿ EN QUÉ ESCALÓN ESTÁS COLOCADO HOY?



REDACTAR LA VISIÓN Y MISIÓN DE LA EMPRESA