

Cómo definir la Misión y la Vision de su Organización



Misión

Consiste en definir el objetivo central de la empresa, teniendo en cuenta los valores. La MISIÓN de la empresa debe tener las siguientes características:

- ◆ **Definir el Objetivo Central:** aquello a lo que vamos a dedicar nuestro esfuerzo. El fabricante de grifos define que hará rentable el CONTROL DE FLUÍDOS. Por su parte el constructor define que creará el HABITAT adecuado a las nuevas formas de vida. Estos son los focos de la actividad.
- ◆ Debe expresarse, más **en función del servicio que se presta** que en el producto que vende: Control de fluídos en lugar de grifos. Habitán en lugar de casas. Esto nos abre expectativas nuevas.
- ◆ **Altamente diferenciada**, si una empresa repite exactamente igual los esfuerzos de la competencia, su futuro está comprometido. Hay que buscar algo que nos haga únicos a pesar de que el producto sea parecido.
- ◆ **Debe abrir puertas al futuro.** Además de focalizar la actividad actual, debe proponer pistas de apertura al futuro. Así, el experto en “control de fluídos” abre el futuro a válvulas, control de gases, conducción.
- ◆ **Debe ser verdaderamente motivadora**, el objetivo de un Gerente, es movilizar a todos los recursos humanos hacia el logro de la MISIÓN. Para lograrlo, más que un problema de carisma personal, existe un problema de Calidad de la MISIÓN.



Ejercicio sobre la Misión

Después de reflexionar, escribir

◆ **Punto Focal u objetivo central:**

- ¿A qué dedicamos y dedicaremos nuestras fuerzas (Enfocado al servicio que presta)
- ¿qué productos, servicios ofrecemos y a quien?

◆ **Diferenciación:**

- ¿Qué es lo que verdaderamente nos hará diferentes de los demás?
- ¿Es suficiente?, ¿cómo nos ven?, ¿cómo queremos que nos vean?

◆ **Apertura al futuro:**

- ¿Hacia donde dirigiremos nuestros pasos en el futuro?

◆ **Motivación:**

- ¿Qué es lo que hace esta MISIÓN verdaderamente motivadora?
- ¿Es suficiente?



Ejemplo de una Misión

- ◆ Comercializar
- ◆ Productos Químicos
- ◆ De alta calidad
- ◆ Mediante gestión de mercadeo, asistencia técnica oportuna, confiable y pertinente, antes, durante y después de cada venta.
- ◆ Para contribuir a que las industrias que son clientes nuestros mejoren sus propios productos y procesos productivos.
- ◆ Dentro de un ambiente que promueva el mejoramiento continuo, trabajo en equipo, y una actitud proactiva hacia la solución de problemas de nuestros clientes, comunidad y ambiente.



Visión

Descripción imaginativa y alentadora del papel y objetivos futuros de una organización que significativamente va más allá de su entorno actual y posición competitiva.



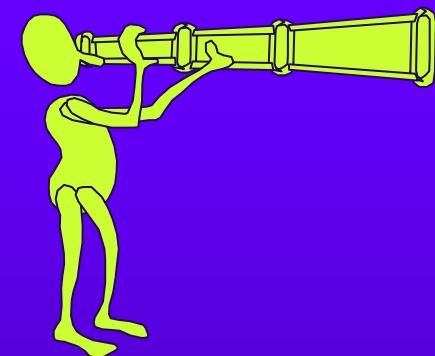
¿Porqué necesitamos una visión?

Es la mejor forma de trabajar juntos hacia una destino común. La manera de poder dirigir los esfuerzos individuales hacia los objetivos organizacionales. Esto es lo que permite a la gente común alcanzar resultados no comunes.



¿Qué es una Visión?

- ◆ Visión es el resultado de nuestros sueños en acción, la imagen convincente que precede al éxito.
- ◆ La fuerza de nuestra visión define nuestro futuro
- ◆ Es mejor pecar de grandioso que quedarse corto



**“El poder de una Visión”,
Vídeo de Joe Baker**



¿Qué es una Visión?

- *Una visión de futuro sin acción será solamente un sueño*
- *Una acción sin visión de futuro carece de sentido*
- *Una visión de futuro puesta en práctica puede cambiar el mundo*



“El poder de una Visión”,
Vídeo de Joe Baker

grupokaizen.com escribir a
kaizen@grupokaizen.com

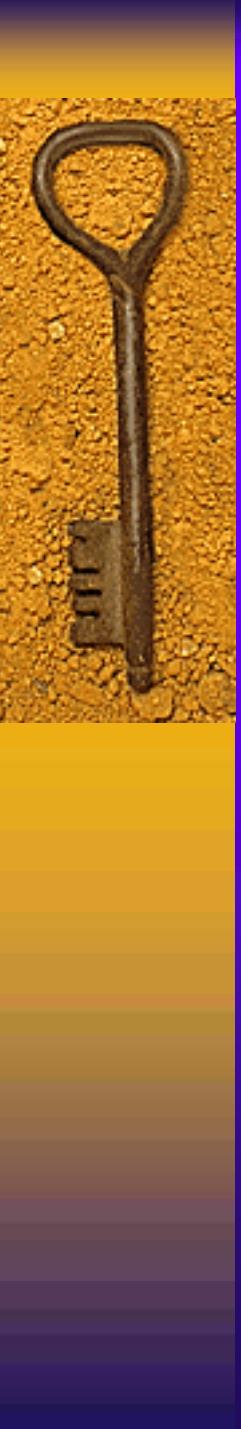


¿Qué es una Visión?

- ◆ La visión debe ser formulada por los líderes:
 - Coherente y convincente
- ◆ Debe ser compartida por su gente
 - El equipo debe apoyarla
- ◆ Debe ser amplia y detallada
 - Qué, cómo, cuándo, porqué
- ◆ Debe ser positiva y alentadora
 - Ser desafiante y justificar el esfuerzo

“El poder de una Visión”,
Vídeo de Joe Baker





Otras definiciones

- ❖ “Una declaración coherente y poderosa de lo que el negocio es y lo que debería de ser a 3, 5 o 10 años plazo” Ian Wilson.SRI
- ❖ “Una Visión es el enlace entre los sueños y la acción.. Finalmente , la visión se traduce en mayores ventas y en aumento de utilidades y el retorno de la inversión, pero los números en sí no constituyen la visión “Naisbitt y Aburdene. Reinventing the Corporation“
- ❖ Articula una vista de un futuro realista, creíble y atractivo para la organización, una condición que mejora de forma importante lo que existe ahora “ Warren Bennis
- ❖ Descripción imaginativa y alentadora del papel y objetivos futuros de una organización que significativamente va más allá de su entorno actual y posición competitiva.