



Contents

1. OBJETIVO	2
2. ALCANCE	2
3. DEFINICIONES	2
4. CONDICIONES GENERALES	3
4.1 PREGUNTAS A RESPONDER PARA ELABORAR LA MISIÓN Y LA VISIÓN.	3
4.1.1 ¿QUIÉNES SOMOS?	3
4.1.2 ¿QUÉ HACEMOS?	3
4.1.3 ¿QUIÉNES SON LOS DESTINATARIOS?	3
4.1.4 ¿CÓMO LO HACEMOS?	4
4.1.5 ¿QUÉ HAREMOS EN EL FUTURO?	4
4.1.6 ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?	4
4.2. DECLARACIÓN DE LA MISIÓN	4
4.3. DECLARACIÓN DE LA VISIÓN.	4
4.4. VALORES ORGANIZACIONALES.	5
4.5. OBJETIVOS ORGANIZACIONALES.	5

libreriadelagestion.com

1. OBJETIVO

Promover el proceso de Planeación Estratégica mediante la definición de lineamientos y directrices claras aplicables a la Organización.

2. ALCANCE

Aplica para todos los procesos y proyectos de la organización

3. DEFINICIONES

Estrategia: Conjunto de acciones y disposiciones definidas para alcanzar un objetivo.

Eficacia: Medida en la que se cumple lo propuesto.

Eficiencia: Relación entre el cumplimiento de las metas y los recursos invertidos.

Medición: Proceso en el que se compara lo obtenido contra un patrón definido.

Misión: Razón de ser de la Organización, define que hace y para quien lo hace.

Organización: Conjunto de personas y edificaciones pertenecientes a un grupo con funciones, responsabilidades y jerarquías definidas claramente.

Objetivos de Calidad: Propósito que se pretende alcanzar relacionado con la calidad.

Política de Calidad: Expresión formal de las intenciones de la Dirección, para orientar la organización con respecto a la Calidad.

Valores Organizacionales: Cualidades o características que enmarcan el funcionamiento de la Organización y que define el actuar de sus integrantes.

Visión: Estado al cual desea llegar la Organización en un mediano plazo, y que debe ser modificado en la medida que se alcancen los objetivos propuestos.

4. CONDICIONES GENERALES

4.1 PREGUNTAS A RESPONDER PARA ELABORAR LA MISIÓN Y LA VISIÓN.

El primer paso para elaborar correctamente la misión y la visión es dar respuesta a los siguientes interrogantes:

- ¿Quiénes somos?
- ¿Qué Hacemos?
- ¿Quiénes son los destinatarios?
- ¿Cómo lo hacemos?
- ¿Qué haremos en el futuro?
- ¿Qué queremos lograr?

4.1.1 ¿QUIÉNES SOMOS?

Es necesario que la empresa y los empleados conozcan claramente quienes son, esta respuesta se da conociendo que es eso que los hace diferentes y qué hace que sea que la empresa sea única en el mercado.

4.1.2 ¿QUÉ HACEMOS?

Al responder este interrogante es necesario tener en cuenta todas las variables que definen a la Organización y no cometer el error de enfocarse hacia un producto, sino a la línea de negocio, esto con el fin de evitar los riesgos que se deriven en el futuro por cambios en el mercado o en la legislación. Como por ejemplo decir que "Somos una empresa dedicada a la Asesoría y consultoría en Normas ISO 9001", ¿qué sucede entonces con las otras normas técnicas?, lo que sucederá es que la empresa saldrá del mercado, ya que su misión se encuentra mal planteada.

4.1.3 ¿QUIÉNES SON LOS DESTINATARIOS?

Una de las preguntas más importantes y que define el éxito en la declaración de la Misión es decir para quien se hace, lo que se hace, ya que es necesario recordar que toda Organización centra su razón de ser en el consumidor final de su producto y/o servicio.

Esta pregunta se refiere a los medios para cumplir la propuesta de valor, es decir si la empresa define que va a prestar servicios de asesoría, el cómo lo hacemos se refiere a los medios para garantizar que sea una “buena asesoría”, la respuesta a este ejemplo será “con estrategias, procesos y operaciones de calidad”.

4.1.5 ¿QUÉ HAREMOS EN EL FUTURO?

Es el estado de la Organización a donde se quiere llegar en el mediano plazo.

4.1.6 ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR?

Es el “sueño” empresarial, producto de estudios de mercado, análisis de clientes, lineamientos estratégicos y/o proyecciones de la Organización.

4.2. DECLARACIÓN DE LA MISIÓN.

La Misión rara vez es modificada, por esto debe ser redactada cuidadosamente. En esta debe indicarse la respuesta a las preguntas hechas anteriormente; es decir las actividades que realiza la empresa, cómo y los destinatarios que justifican su existencia. Esta es un enunciado breve y claro de lo que es la compañía, por lo tanto ha de ser: comprensible, realista y servir de modelo o marco para el accionar de todos los miembros de la organización y permitir traducirse en valores y objetivos Organizacionales.

4.3. DECLARACIÓN DE LA VISIÓN.

Cuando se crea una empresa esta nace con un propósito, una razón de ser, pero adicionalmente con una meta, y esta idea que se tiene de hacia donde se quiere ir, debe estar definida en la visión.

Al enunciar la visión es necesario tener en cuenta que este alineada con la misión, que sea atractiva y que comprometa a los empleados con el cumplimiento de los objetivos de la Organización, esta debe ser posible de realizarse, flexible para tener la posibilidad de adaptarse a la situación cambiante del mercado y ser fácil de comunicar {1}

La visión a diferencia de la Misión puede ser modificada a mediano plazo si los objetivos de la compañía cambian o si por necesidades del mercado, es necesario ampliarla o replantearla, debe evitar utilizar frases cliché como “ser líderes en el mercado”, si realmente no podemos llegar a lograr

4.4. VALORES ORGANIZACIONALES.

Los Valores Organizacionales son aquellos principios que posee la empresa o que carece de ellos y que es necesario enunciar para trabajar en conseguirlos y mantenerlos.

Estos valores permiten a la empresa conseguir el cumplimiento de la visión y es recomendable que sean 5 o 6 como máximo, para que sean reales y tengan el sentido y la fuerza que se busca al redactarlos, pero estar ajustados a la misión para que trasciendan y no sean solo declaraciones impresas.

{1}. John P. Kotter. "El Líder del Cambio". Mc Graw Hill, México, 1997.

Los valores son los que decidirán el comportamiento de los colaboradores y darán un juicio en determinadas situaciones, por eso los valores se redactan en términos de conductas observables y medibles por todos los involucrados en el proceso.

4.5. OBJETIVOS ORGANIZACIONALES.

Este es un punto muy importante en la planeación estratégica, al definir los objetivos de la organización se debe tener en cuenta que estos sean específicos ya que no bastaría con decir por ejemplo "Aumentar la participación y consulta de los usuarios en red", sino que tendría que añadirse el porcentaje de crecimiento que desea tener la compañía.

Los objetivos constituyen una motivación para los colaboradores por lo tanto es preciso que sean alcanzables, claros, coherentes y medibles, ya que no basta con enunciarlos, los involucrados deben comprenderlos, además es pertinente su revisión permanente y verificar cómo ayudan estos al cumplimiento de la estrategia Organizacional.