



CARRERA:

Técnico Superior Agente de Propaganda Médica

ASIGNATURA: Marketing General

MISIÓN – VISION – VALORES EMPRESARIALES



PROFESOR

Lic. Carlos P. Bergese.



¿Qué es la Misión y Visión? Los conceptos refieren de manera general al **planteo de objetivos que una persona o grupo pueden intentar alcanzar**. Ambos conceptos son medios para lograr alcanzar un estado que se considera deseable.

Definición de Misión: *“Término que hace referencia a la razón de ser de la empresa, su esencia misma, el motivo de para qué existe en el mundo.”*

El concepto de misión refiere a un **motivo o una razón de ser por parte de una organización, una empresa o una institución**. Este motivo se enfoca en el presente, es decir, es la **actividad** que justifica lo que el grupo o el individuo está haciendo en un momento dado. Por ejemplo: “Su misión como funcionario es administrar correctamente los recursos estatales”. O bien “La misión de la compañía es mejorar la calidad de los automóviles”. La misión de una empresa **depende de la actividad que la organización realice**, así como del entorno en el que se encuentra y de los recursos de los que dispone. Si se trata de una empresa, la misión dependerá del tipo de negocio del que se trate, de las necesidades de la población en ese momento dado y la situación del mercado.

Por otro lado, la visión de una empresa se refiere a una **imagen que la organización plantea a largo plazo sobre cómo espera que sea su futuro**, una **expectativa ideal** de lo que espera que ocurra. La visión debe ser realista pero puede ser ambiciosa, su función es guiar y motivar al grupo para continuar con el trabajo.

Por ejemplo: “su visión como funcionario es encontrar una manera novedosa y eficiente de administrar los recursos estatales”.

O bien: ***“La visión de la compañía es convertirse en la productora de automóviles de mejor calidad del mercado local”***.

La visión depende de la situación presente, de las posibilidades materiales presentes y futuras tal y como las perciba la organización, de los eventos inesperados que puedan ocurrir y de la propia misión que ya se haya planteado.



MISIÓN VS. VISIÓN???

Ambos conceptos (misión y visión) juegan un papel importante como aspectos psicológicos y organizativos en cualquier estrategia a largo plazo, sea esta empresarial, política, personal, etc.

Una vez que se tiene un objetivo determinado, ambos conceptos permiten situarse en el presente (misión) y proyectarse hacia el futuro (visión) desde el plano racional, ya que permite vincular medios y fines, y también desde el emocional, ya que permite inspirar e incentivar a actuar incluso en situaciones desfavorables.

Ambos deben formularse conjuntamente, ya que es importante que sean *coherentes* entre sí, y que prevean las situaciones que pueden ocurrir dentro del plazo propuesto. No debe olvidarse que ambas son parte de una estrategia, y sirven al propósito de realizar un mismo objetivo.

Por ejemplo: si una gran compañía de tecnología de punta planea crecer y expandirse, puede plantearse como **Misión** el proveer a los clientes de tecnología de punta manteniendo el liderazgo en el área. Esto permite organizar los recursos de la empresa para asegurarse de que se mantenga la calidad de sus productos (a través del control de calidad, de la capacitación y formación de sus empleados, de estudiar la situación del mercado y de las demás empresas, etc).

Pero la **Visión** de una organización pensada hacia el futuro debe tener en cuenta que en el área de la tecnología, el desarrollo científico y técnico puede volver obsoletas las tecnologías que la empresa produce en pocos años, por lo que una *visión realista y coherente con su misión sería alcanzar el liderazgo en la innovación tecnológica*, que le permita no solo seguir siendo una empresa líder, sino adaptarse rápidamente a cualquier cambio que pueda haber en el plano tecnológico.

Diferencias entre misión y visión empresarial

La misión es el principal motivo o razón de existencia de una organización, definida en forma precisa y con carácter factible. Es el camino a través del cual los líderes de la empresa u organización harán realidad la gran visión.



La misión debe contener la siguiente información, no en futuro sino en presente:

- ¿A qué se dedica la organización?
- ¿Quién es el destinatario de sus productos/servicios?
- ¿Qué quiere hacer? ¿De qué forma ayudará a sus clientes?

(*) Algunos autores afirman que además deberá identificar hacia dónde se dirige la empresa, y cómo será la misma en los años siguientes.

A diferencia de la misión, la **visión es más una proyección a futuro**, las aspiraciones de la organización, de carácter utópico, y más genérica que la misión, lo que la hace menos precisa y menos concreta.

La **visión marca una meta final** de hacia dónde quiere llegar la organización en el futuro. Si bien la misión y la visión se definen de forma diferente, ambas deben necesariamente estar relacionadas y ser consecuentes. Por ejemplo, la visión de una empresa tecnológica puede ser la de revolucionar las tecnologías de comunicaciones para mejorar la calidad de vida de las personas, algo que seguramente nunca vaya a concluir.

FUNDAMENTOS DE MISIÓN EN LA EMPRESA FAMILIAR:

No se puede simplificar a modo de "Estamos aquí para ganar dinero" todas las empresas tienen ese objetivo (Presente o futuro, pero todas las empresas se plantean generar beneficio económico) hay que hacer referencia a conceptos más profundos: La historia de la organización (Si la tiene), la idea de negocio que tienen sus dueños o administradores, con qué recursos cuenta y qué les hace especiales para los clientes.

Elaborar una misión adecuada a la realidad nos va a ayudar a gestionar la estrategia correcta para nuestra empresa en todo momento. Hay que ser flexibles y adaptarse a las necesidades del mercado, sí, pero también tienes que saber quiénes somos y de dónde venimos.



Ejemplo: Misión y visión corporativa de Apple

Misión de Apple:

Contribuir a mejorar la vida de nuestros clientes, modificando sus formas de trabajar, de aprender y de comunicarse, a través de delicados productos de cómputo personal e innovadores servicios.

Visión de Apple:

Mejorar la calidad de vida de nuestros clientes, a través de tres pilares: profesionalismo, tecnología y trayectoria, para lograr ser reconocidos como la empresa líder en tecnologías de información, comunicación y entretenimiento.



Valores Corporativos

Los valores son entre cinco y siete factores de la cultura empresarial que consideramos irrompibles, los cumplen todos los miembros de la organización en todos sus ámbitos.

Con el tiempo, los nuevos negocios son abiertos con una mira mucho más profesional, esto es porque cada vez hay un mayor número de gente preparada en las calles, gente que se ha podido formar en escuelas de negocios, universidades, o al menos formados con estudios de grado que les

preparan para no cometer los errores que tantos de nosotros hemos cometidos tantas veces, les enseñan a huir de los viejos fallos de las organizaciones clásicas a la vez que aprovechan las modernas técnicas que utilizan las empresas grandes para generar orondos beneficios.

Esto está muy bien, pero no hay que olvidar que hay conceptos clásicos fundamentales para el buen desarrollo de una empresa. Conceptos como "Misión, Visión y Valores Corporativos" son el pilar de toda organización, lucrativa o no. Por ello hoy quiero recordaros a que hacen referencia y su razón de ser. De esta manera cualquier persona encargada del arte del marketing dentro de la organización podrá evaluar su importancia y desarrollarlos con la conciencia necesaria.



Declaración de la misión de Ford

Nuestra misión: somos una familia global, diversa con una herencia orgullosa, confiada apasionado a proporcionar productos excepcionales y servicios.

Declaración de la Visión de Ford.

Nuestra visión: Convertirnos en la compañía principal del mundo de productos y servicios para el automóvil.

Declaración de los valores de Ford.

Nuestros valores: Hacemos bien las cosas para nuestra gente, nuestro ambiente y nuestra sociedad, pero sobre todo para nuestros clientes.

VALORES CORPORATIVOS DE BAYER



Bayer es una empresa de inventores con una larga tradición investigadora, que aplica sus competencias científicas para crear innovaciones que contribuyan a solucionar los grandes retos de nuestra era.

Nuestro énfasis en la innovación es clave para conservar o alcanzar una posición destacada en todos nuestros ámbitos de actividad. Además, constituye la base para mejorar la vida de millones de personas. Por ello NUESTROS VALORES SON:

- ✓ Creamos valor para nuestros clientes, accionistas y empleados, teniendo en cuenta al mismo tiempo las necesidades de otros actores de la sociedad.
- ✓ Ayudamos a pacientes de todo el mundo previniendo, aliviando y curando enfermedades y mejorando la precisión de su diagnóstico.
- ✓ Garantizamos un suministro suficiente de alimentos, piensos y materias primas vegetales de alta calidad.
- ✓ Realizamos contribuciones importantes en los ámbitos del uso eficiente de la energía y los recursos, el transporte y la vivienda, por citar solo algunos.-