

UNIDAD V

MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS

Visión: Se pueden considerar los objetivos de largo plazo. Es la idealización del futuro de la empresa. La Visión es la ubicación de la empresa en escenarios futuros. Es más que un sueño, puesto que debe ser viable, realista y medible en el tiempo. Es la imagen clara del estado deseado, que logra motivar a los miembros de la organización a convertirlo en realidad. Ejemplo: Ser la empresa de comunicaciones más grande del mundo en el año 2005.

¿Hacia dónde vamos?

¿Cómo llegaremos ahí ó cómo se hará?

¿Qué es lo que consideraremos un éxito?

¿Cuánto tiempo nos llevará?

¿Cuáles son los valores que nos guían?

Misión: Se puede definir como la *guía de navegación*, los principios y los mecanismos que se utilizarán para cumplir con los objetivos. Ejemplo: Mediante estrategias mixtas de crecimiento en lo humano, técnico y organizacional, crecer sostenidamente para el bien de todos los implicados en la operación de la firma. La Misión es definición de la empresa en el momento presente. Es la razón de ser como organización. Contiene la identificación de sus competencias (producto, mercado y alcance geográfico)

PETROBRAS: La compañía tiene por Misión actuar en forma segura, rentable y con responsabilidad social y ambiental en las actividades de las industrias de petróleo, gas, sus derivados y la energía. Por visión tiene: ser una empresa integrada de energía en Argentina, rentable y con capacidad para actuar en diferentes contextos de negocios.

MACRO: Ser un **Banco Líder** que a través de actividades éticas, sensitivas y rentables provea a nuestros empleados de un ambiente de trabajo en el que puedan desarrollarse, brindando un servicio inmejorable para nuestros clientes y un sentido de responsabilidad compartida junto a nuestra comunidad; respetando los intereses de los accionistas minoritarios.

Objetivos: Son las metas individuales que se fijan para el desarrollo de la empresa (Según la empresa pueden ser de largo, mediano y corto plazo), deben ser medibles y tener un plazo de concreción. Ejemplo Objetivos corto plazo: mejorar la entrega de mercancías, a nuestros compradores, pasando de 120 horas a 96 en un plazo no mayor a tres meses. Son las guías que le dan direccionalidad a la empresa, describen el futuro deseado, de allí que tengan una relación estrecha con la visión de la organización.

Los objetivos constituyen los resultados concretos que deben ser obtenidos (eficacia) por cada uno de los elementos de la organización, los cuales deben hacerlo con economía de recursos (eficiencia).

Por Ej.

Obtener rentabilidad: Que es obtener utilidades, ganancias o beneficios de sus actividades de producción o de prestación de servicios.

Lograr productividad: Alcanzar eficiencia y eficacia, es lograr economía de recursos en la obtención d sus fines y objetivos.

Alcanzar calidad: Viene a ser la satisfacción de las necesidades de los consumidores, con bienes o servicios de calidad.

Actuar con responsabilidad social: Es servir a la sociedad en su conjunto, porque es parte de ella y cuidar el medio ambiente.

Lograr crecimiento en el mercado: Es ganar clientes, ampliar y penetrar más mercados y tener una percepción favorable de los mismos.

Tener buen clima laboral: Lograr un agradable ambiente laboral para sus integrantes, el cual repercutirá en su productividad y también en su rentabilidad.

Desarrollar una buena cultura organizacional: Poseer una filosofía de trabajo y valores compartidos para extenderlos a sus consumidores y a la sociedad.

Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa, éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la empresa.

Otras de las razones para establecer objetivos son:

- permiten enfocar esfuerzos hacia una misma dirección.
- sirven de guía para la formulación de estrategias.
- sirven de guía para la asignación de recursos.
- sirven de base para la realización de tareas o actividades.
- permiten evaluar resultados, al comparar los resultados obtenidos con los objetivos propuestos y, de ese modo, medir la eficacia o productividad de la empresa, de cada área, de cada grupo o de cada trabajador.
- generan coordinación, organización y control.
- generan participación, compromiso y motivación; y, al alcanzarlos, generan un grado de satisfacción.
- revelan prioridades.
- producen sinergia.
- disminuyen la incertidumbre.

Los objetivos deben ser:

Medibles

Los objetivos deben ser mensurables, es decir, deben ser cuantitativos y estar ligados a un límite de tiempo. Por ejemplo, en vez del objetivo: “aumentar las ventas”, un objetivo medible sería: “aumentar las ventas en un 20% para el próximo mes”. Sin embargo, es posible utilizar objetivos genéricos, pero siempre y cuando éstos estén acompañados de objetivos específicos o medibles que, en conjunto, permitan alcanzar los genéricos.

Claros

Los objetivos deben tener una definición clara, entendible y precisa, no deben prestarse a confusiones ni dejar demasiados márgenes de interpretación.

Alcanzables

Los objetivos deben ser posibles de alcanzar, deben estar dentro de las posibilidades de la empresa, teniendo en cuenta la capacidad o recursos (humanos, financieros, tecnológicos, etc.) que ésta posea. Se debe tener en cuenta también la disponibilidad de tiempo necesario para cumplirlos.

Desafiantes

Deben ser retadores, pero realistas. No deben ser algo que de todas maneras sucederá, sino algo que signifique un desafío o un reto. Objetivos poco ambiciosos no son de mucha utilidad, aunque objetivos fáciles al principio pueden servir de estímulo para no abandonar el camino apenas éste se haya iniciado.

Realistas

Deben tener en cuenta las condiciones y circunstancias del entorno en donde se pretenden cumplir, por ejemplo, un objetivo poco realista sería aumentar de 10 a 1000 empleados en un mes. Los objetivos deben ser razonables, teniendo en cuenta el entorno, la capacidad y los recursos de la empresa.

Coherentes

Deben estar alineados y ser coherentes con otros objetivos, con la visión, la misión, las políticas, la cultura organizacional y valores de la empresa.

De acuerdo a su naturaleza, los objetivos se clasifican en:

a. Objetivos generales

Son expresiones genéricas, algunos ejemplos de objetivos generales o genéricos son:

- ser el líder del mercado.
- incrementar las ventas.
- generar mayores utilidades.
- obtener una mayor rentabilidad.
- lograr una mayor participación en el mercado.
- ser una marca líder en el mercado.
- ser una marca reconocida por su variedad de diseños.
- aumentar los activos.
- sobrevivir.
- crecer.

Dentro de los objetivos generales, se encuentra la visión de la empresa, que es el principal objetivo general que persigue una empresa.

b. Objetivos específicos

Son objetivos concretos necesarios para lograr los objetivos generales, están expresados en cantidad y tiempo, algunos ejemplos de objetivos específicos son:

- aumentar las ventas mensuales en un 20%.
- generar utilidades mensuales mayores a US\$20 000 a partir del próximo año.
- obtener una rentabilidad anual del 25%.
- lograr una participación de mercado del 20% para el segundo semestre.
- producir un rendimiento anual del 14% sobre la inversión.
- elevar la eficiencia de la producción en un 20% para el próximo mes.
- vender 10 000 productos al finalizar el primer año.
- triplicar la producción para fin de año.
- adquirir 2 nuevas maquinarias para el segundo semestre.
- abrir 3 tiendas para el primer trimestre del próximo año.

En ocasiones a los objetivos específicos se le conoce como *metas*.

De acuerdo al alcance del tiempo, los objetivos se pueden clasificar en:

a. Objetivos de largo plazo (Estratégicos)

Son objetivos a nivel de la organización, sirven para definir el rumbo de la empresa. Se hacen generalmente para un periodo de cinco años, y tres como mínimo. Cada objetivo estratégico requiere una serie de objetivos tácticos.

b. Objetivos de mediano plazo (Tácticos)

Son objetivos a nivel de áreas o departamentos, se establecen en función de los objetivos estratégicos. Se hacen generalmente para un periodo de uno a tres años. Cada objetivo táctico requiere una serie de objetivos operacionales.

c. Objetivos de corto plazo (Operacionales)

Son objetivos a nivel de operaciones, se establecen en función de los objetivos tácticos. Se hacen generalmente para un plazo no mayor de un año.

La misión, visión y los objetivos empresariales son la base del plan estratégico, se puede afirmar que las compañías más exitosas, son las que definen más adecuadamente su visión, misión y objetivos, cuando se determinan claramente las políticas de la empresa y se mantienen los valores fundamentales, generalmente las empresas son más exitosas.



- Servir al cliente.

VISIÓN

MISIÓN

- Ser un Banco simple, transaccional, rentable y con personal altamente capacitado y motivado.

VISIÓN

MISIÓN

topitop

- Ser la empresa peruana líder en la industria textil, tanto en la fabricación como en la comercialización de prendas de vestir para el mercado local y extranjero.

VISIÓN

MISIÓN

- Vestir a nuestro clientes con prendas de moda casual de alta calidad.

VISIÓN

MISIÓN



- Ser una organización líder, con nivel de competencia mundial

VISIÓN

MISIÓN

- Ser líder en la comercialización de productos de consumo, satisfaciendo las necesidades de sus clientes por encima de sus expectativas, brindándoles productos de calidad y con excelencia en el servicio. Asimismo, el Grupo de Supermercados Wong tiene como objetivo el crecimiento sostenido de la empresa y el desarrollo profesional de sus colaboradores.

VISIÓN

MISIÓN



- Hacer que el mundo pronto valore y haga suya la gastronomía peruana como un producto de alta calidad.

VISIÓN

MISIÓN

- Dar a conocer al mundo, la riqueza de la gastronomía del Perú desde una mirada contemporánea.

VISIÓN

MISIÓN