

IV. PASOS PARA CREAR LA MISIÓN, LA VISIÓN Y LOS VALORES ORGANIZACIONALES

En los capítulos pasados se expresó la importancia de una planeación estratégica organizacional, y además se mencionaron las herramientas y técnicas de exposición para preparar al expositor en este caso usted y poner de acuerdo a su grupo de trabajo mediante técnicas ya aprobadas.

4.1. Pasos para crear la misión.

“Érase una vez, en la edad media estaban 2 hombres partiendo piedra con una punta de metal, se acerca otro y les pregunta ¿Qué están haciendo Uno de los hombres le contestó: pues aquí picando piedra, ¿Qué no ves en ese momento el otro hombre lo corrige y le dice al forastero: Estamos creando los cimientos de una hermosa catedral”.
Anónimo.

La redacción de la misión determina y detalla lo que es esencial, la razón de ser o actividad particular de la organización, los fines últimos e intermedios para los cuales fue creada y que otorgan sentido y valor a su existencia de actividad (Gutiérrez 2005). Es por eso que normalmente la misión incluye los siguientes elementos:

1. Identidad: ¿Quiénes somos? Al no conocer de manera profunda las capacidades ocultas y talentos ocultos de los elementos del grupo de trabajo, no se va a poder explotarlos y utilizarlos en beneficio de los demás.
2. Actividad: ¿A qué nos dedicamos? La falta de conocimiento de lo que realmente estamos realizando dentro de la empresa, que producto estamos produciendo no tenemos entendido el alcance de él; por ejemplo, un operador que fabrica una

pieza pequeña que lleva consigo dentro de un cinturón de seguridad de un automóvil, al no conocer la importancia de vida o muerte de a quien va dirigida esa pequeña pieza de metal que al parecer no tiene importancia, puede poner en riesgo la integridad del producto al cual pertenece y por lo tanto ocurrir una fatalidad.

3. Finalidad u objetivos: ¿Para quién lo hacemos? Es muy importante definir quienes son nuestros clientes en realidad dado que, si se define qué es la calidad, la mayoría de los autores y filósofos coinciden en “Satisfacer los requerimientos un grupo de clientes”. Entonces, si en realidad no conocemos quienes son, nunca sabremos que requerimientos nos están exigiendo, es por eso que es de vital importancia definirlos en nuestra misión.

Es de relevancia sensibilizar al grupo de personas con las cuales se está trabajando y buscar la participación de todos y constantemente darles a conocer que son de vital importancia para la organización.

Se recomienda utilizar la lluvia de ideas y la mesa redonda.

4.2. Pasos para establecer los Valores organizacionales.

“El valor de una persona se le mira en su actitud. Se perseverante en tu forma de mejorar tu trato a las personas”.
Anónimo

Los valores son los principios básicos que se deben observar en el actuar dentro de la organización para el logro de la misión. Existen muchas formas de actuar para alcanzar los objetivos y algunas de ellas podrán infringir leyes, reglas básicas de convivencia humana y otras normas que las sociedades han establecido para lograr una convivencia pacífica, así

como son también los valores por los cuales se identifica a la organización desde afuera tales como la puntualidad, el compromiso, el respeto, la responsabilidad con el medio ambiente, etc. que harán ver al público o a los clientes como identidad a la empresa que se están dirigiendo (Gutiérrez 2005).

Cómo establecer los valores

1. Competitividad: analice que valores se reflejan en la competitividad de la empresa, por ejemplo si estamos hablando de una empresa de paquetería o de entregas a domicilio en la cual los clientes buscan la puntualidad, ese valor tiene que ser transmitido a los empleados para que se vea reflejado en el servicio.
2. Convivencia: hay valores que tienen que regir a la organización para asegurar la sana interacción entre ellos, por ejemplo el respeto de creencia, religiosa o afinidad sexual que puede poner en riesgo la productividad e imagen de la empresa.

Para establecer los valores organizacionales es necesario después de citarlos dar una breve explicación de lo que significa cada uno de ellos para la empresa, tomando en cuenta que para cada una de ellas la puntualidad es un valor subjetivo, no es lo mismo la puntualidad para alguien que entrega pizzas que para alguien que entrega insumos médicos en una cirugía.

Se recomienda utilizar la lluvia de ideas.

4.3. Pasos para crear la visión.

“No hay un viento favorable para el barco que no sabe dónde va”.
Anónimo.

La visión consiste en una descripción positiva y breve de lo que una organización desea y cree que pueda alcanzar para cumplir de manera exitosa con su misión en un período definido. (Gutiérrez 2005).

Es muy importante echar a volar la imaginación del grupo sin perder los pies en la tierra de cómo podrían ver la organización en un tiempo predeterminado, hay que tener mucho cuidado porque la visión no es cualquier imagen deseada del futuro, sino la imagen de los que es realmente relevante para el porvenir de la organización, por lo tanto, debe depender de los objetivos estratégicos de la empresa.

Las características de la visión deben ser:

1. Medible: debe ser posible medir o verificar el éxito en el logro, por ejemplo, “Tener el 100% de las carreras certificadas”.
2. Atractiva: debe reflejar las aspiraciones y expectativas de directivos, empleados, clientes y otros que tengan interacción con la organización.
3. Posible: hay que incluir objetivos realistas y alcanzables, aún cuando impliquen un reto, por ejemplo, no se vale definir el slogan “La taquería más famosa del mundo”.
4. Estratégica: debe incluir los asuntos decisivos para cumplir con éxito la misión.

5. Entendible: debe de tener claridad y precisión, por ejemplo realizarla con un lenguaje sencillo para ser identificada no solamente por el personal, sino también por los clientes.
6. Inspiradora: que estimule y provoque un efecto positivo en las personas, para ayudar así al enrolamiento de ella.
7. Tiempo: debe tener establecido el tiempo en años, por lo regular los autores coinciden en de 3 a 5 años, por lo cual al cumplir ese período de tiempo no debe pasar el ajustar o el cambiar los objetivos a alcanzar.

Teniendo en cuenta lo que se citó anteriormente, la visión no es una frase bonita que no significa nada, por ejemplo, “Para el estado viene lo mejor”; por lo contrario debe ser una frase inspiradora y ante todo orientadora, de lo que se quiere y piensa hacer en el futuro, como se ha citado debe de llevar fecha de las cosas que se deberán lograr, para responder con eficacia y calidad a las expectativas de sus usuarios e interesados y demandas de sus miembros, cumpliendo los puntos vistos anteriormente.

Es conveniente hacer rondas de evaluación por parte de los miembros del equipo para tener una buena cantidad de ideas y así cumplir con las expectativas e inquietudes de los miembros de la organización; en empresas grandes, por ejemplo transnacionales, corporativas e industrias maquiladoras de exportación se acostumbra visitar una playa paradisíaca sin interrupciones para establecer la estrategia, pero sólo se toma en cuenta la opinión de algunos de los directivos, al crear una visión compartida, como lo propone Peter Senge tomando la opinión de cada uno de los elementos tendrá mayor impacto en todo el personal. Es recomendable utilizar la lluvia de ideas, la mesa redonda y la entrevista colectiva.

Como se ha visto, el poner de acuerdo a la organización es un proceso sencillo si se siguen las recomendaciones de instrucción que se citaron anteriormente. Es muy aconsejable incluir en las exposiciones y en la creación de su visión, misión y valores de su empresa, ejemplos sobre otras empresas como las que se muestran en la página siguiente.

Algunos ejemplos de empresas son las que se muestran a continuación:

Empresa: Coca Cola

Misión

“Refrescar al mundo en cuerpo, mente y alma; inspirar momentos de optimismo a través de nuestras marcas y acciones; para crear valor y dejar nuestra impronta en cada uno de los lugares en los que operamos”.

Valores

Integridad, Calidad, Responsabilidad, Pasión, Liderazgo, Colaboración y Diversidad.

Visión

- Utilidades: Maximizar el retorno a los accionistas, sin perder de vista la totalidad de nuestras responsabilidades.
- Gente: Ser un excelente lugar para trabajar, en donde nuestro personal se inspire para dar lo mejor de sí.
- Cartera de Productos: Ofrecer al mundo una cartera de marcas de bebidas que se anticipan y satisfacen los deseos y las necesidades de las personas.
- Socios: Formar una red de socios exitosa y crear lealtad mutua.
- Planeta: Ser un ciudadano global, responsable, que hace su aporte para un mundo mejor.

Fuente: www.coca-colamexico.com.mx

Empresa: Pastelería Suspiros

Misión

“Exceder las expectativas de nuestros clientes a través de la correcta identificación y satisfacción de sus necesidades, traduciéndolas en productos relacionados con la repostería de primera calidad; siempre implementando estrategias de diferenciación únicas e innovadoras para ganarnos su preferencia”.

Valores

Compromiso y lealtad de todos, un ambiente de cordialidad, aprecio, compromiso y compañerismo

Visión

“Consolidarnos como una cadena de pastelerías con presencia en toda la República Mexicana, ofreciendo los más exquisitos pasteles, postres y variedad salada; conquistando el paladar de la mayor parte de las familias mexicanas”.

Fuente: www.suspiropastelerias.com

Universidad de Sonora División de Ingeniería

Misión

Formar profesionistas de alto nivel académico, con un amplio desarrollo de la creatividad, actitud crítica, capacidad de autoaprendizaje y con una profunda responsabilidad y compromiso con su entorno; desarrollar labores de investigación científica y tecnológica con la sensibilidad social que requiere la búsqueda de soluciones a los problemas complejos del hombre, en su relación con la naturaleza y la sociedad; e impulsar la extensión de los servicios y divulgación científica, comprometiéndose con la difusión del conocimiento hacia todos los espacios sociales, y a mantener un vínculo vigoroso y permanente con la sociedad.

Visión

En el año 2015, los programas de licenciatura y posgrado que integran la División de Ingeniería, se han consolidado y se encuentran entre los mejores del país de los ofrecidos por instituciones públicas, por sus productos y servicios de la más alta calidad, estrechamente vinculados con los sectores sociales y productivos, contribuyendo de manera decisiva en el desarrollo social y económico del país.

Valores

Autonomía; libertad de cátedra e investigación; compromiso con la sociedad y la naturaleza; respeto y tolerancia; integridad

Fuente: www.uson.mx

Instituto Tecnológico de Hermosillo

Misión

Somos una institución cuyo compromiso es formar profesionales emprendedores, comprometidos, con un alto sentido humano y de competencia, capaces de crear, desarrollar, innovar; con visión hacia el desarrollo sustentable, tecnológico, social y económico que demanda el entorno globalizado.

Una institución fortalecida por un sistema cohesionado con capacidad de respuesta a las políticas emanadas del ejecutivo federal a través de la Secretaría de Educación Pública mediante sus áreas sustantivas de docencia, investigación y vinculación y apoyada por un equipo de trabajo con un alto sentido de servicio.

Visión

Una institución dinámica con liderazgo en educación superior, que promueve y desarrolla la investigación científica y tecnológica, con planes y programas de estudio acreditados internacionalmente, con profesionistas certificados, comprometidos con la sociedad y coadyuvando a la excelencia de nuestros egresados para el desarrollo productivo del país.

Valores

Bien común; integridad; honradez; imparcialidad; transparencia y rendición de cuentas; entorno cultural y ecológico; generosidad; igualdad; respeto; liderazgo.

Fuente: www.ith.mx

Empresa: Comisión Federal de Electricidad
--

Misión

Coadyuvar con la Comisión Federal de Electricidad de manera preventiva y de control, a su desempeño eficaz, eficiente y ético para el logro de sus objetivos, a dar transparencia a su gestión y al abatimiento de los niveles de corrupción; con apego a la normatividad y en beneficio de la ciudadanía.

Visión

Que la sociedad tenga plena confianza y credibilidad en la Comisión Federal de Electricidad, a través de una gestión eficaz, eficiente, honesta y transparente.

Valores

Honradez, lealtad, responsabilidad, respeto y honestidad; comprometido con la misión, congruencia, disciplina, espíritu de servicio, humildad, institucional. Perseverancia, solidaridad, confianza e integridad.

www.cfe.gob.mx

Empresa: Gas Natural

Misión

Entender las necesidades energéticas de la sociedad, proporcionando a sus clientes servicios y productos de calidad respetuosos con el medio ambiente, a sus accionistas una rentabilidad creciente y sostenible y a sus empleados la posibilidad de desarrollar sus competencias profesionales.

Visión

Ser un grupo energético y de servicios líder y en continuo crecimiento, con presencia multinacional, que se distinga por proporcionar una calidad de servicio excelente a sus clientes, una rentabilidad sostenida a sus accionistas, una ampliación de oportunidades de desarrollo profesional y personal a sus empleados y una contribución positiva a la sociedad actuando con un compromiso de ciudadanía global.

Valores

Orientación al cliente; compromiso con los resultados; sostenibilidad; interés por las personas; responsabilidad social; integridad.

<http://portal.gasnatural.com>

Planta de Estampado y Ensamble de Hermosillo Ford

Misión

Ford Motor Company es un líder mundial en productos y servicios automotrices y financieros. Nuestra misión es mejorar continuamente nuestros productos y servicios a fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes, lo que nos permite prosperar como negocio y proporcionar utilidades razonables a nuestros accionistas.

Visión

Convertirnos en la compañía principal del mundo de productos y servicios para el automóvil. Una buena compañía ofrece excelentes productos y servicios; una gran empresa además, se preocupa por hacer nuestro mundo un mejor lugar donde vivir.

Valores

Gente, productos, calidad es lo primero, los clientes, mejoramiento continuo, utilidades.

Fuente: <http://www.ford.com.mx>