

La Misión de una Empresa + 20 ejemplos de empresas conocida

La misión de una empresa es una declaración duradera del objeto, propósito o razón de ser de una empresa.

A diferencia de la visión, la declaración de la misión contesta la pregunta “¿cuál es nuestra razón de ser?”, mientras que la visión contesta la pregunta: “¿qué queremos ser?”.

La razón de establecer la misión de una empresa es que ésta sirva como punto de referencia que permita que todos los miembros de la empresa actúen en función de ésta, es decir, lograr que se establezcan objetivos, diseñen estrategias, tomen decisiones y se ejecuten tareas, bajo la luz de ésta; logrando así, coherencia y organización.

La misión le da identidad y personalidad a una empresa, mostrando a agentes externos tales como clientes o proveedores, el ámbito en el cuál se desarrolla, y permitiendo distinguirla de otras empresas similares.

Por otro lado, el establecer la misión de una empresa, permite que ésta sirva como fuerza motivadora, logrando que todos los miembros de la empresa se sientan identificados y comprometidos con ella; por lo que es necesario que se comunique y siempre se haga recordar entre todos los trabajadores.

Una buena misión de empresa, debe tener las siguientes características:

debe ser clara y comprensible para todos los miembros de la empresa.

no debe ser muy limitada que llegue a limitar el accionar de los miembros de la empresa, pero tampoco debe ser muy amplia que llegue a provocar confusiones sobre lo que hace la empresa.

debe distinguir a la empresa de otras similares.

Para formular la misión de una empresa, podemos tomar en cuenta los siguientes elementos:

clientes: ¿quiénes son nuestros clientes?

productos: ¿cuáles son nuestros principales productos o servicios?

mercado: ¿cuáles son nuestros mercado?

tecnología: ¿cuál es nuestra tecnología?

interés por el crecimiento: ¿nos interesamos por alcanzar objetivos económicos?

filosofía: ¿cuáles son nuestras creencias, valores o principios?

capacidades: ¿cuál es nuestra diferenciación o nuestra ventaja competitiva?

interés por la imagen pública: ¿nos preocupamos por asuntos sociales, comunitarios o ambientales?

interés por los empleados: ¿nos interesamos por nuestros trabajadores?

Para culminar, veamos la misión de algunas empresas conocidas:

Disney: “Creamos felicidad al brindar el más fino entretenimiento para personas de todas las edades, en cualquier lugar”.

Sony: “Experimentar la alegría del progreso y aplicar la tecnología en beneficio de las personas”.

Google: “Organizar la información mundial para que resulte universalmente accesible y útil”.

Microsoft: “Trabajar para ayudar a las personas y a las empresas de todo el mundo a desarrollar todo su potencial”.

eBay: “Proporcionar un mercado electrónico mundial en el que prácticamente cualquier persona pueda comerciar con casi cualquier producto, creando así oportunidades económicas por todo el mundo”.

Apple: “Producir alta calidad, bajos costos, productos fáciles de usar que incorporan alta tecnología para el individuo. Estamos demostrando que la alta tecnología no tiene que ser intimidante para los no expertos en computación”.

Nike: “Traer inspiración e innovación para cada atleta en el mundo. Si tienes un cuerpo, eres un atleta”.

Wal-Mart: “Le ahorramos dinero para que viva mejor”.

La visión de una empresa

La visión de una empresa es una declaración o manifestación que indica hacia dónde se dirige una empresa o qué es aquello en lo que pretende convertirse en el largo plazo.

Las declaraciones de visión suelen corresponder a la visión del dueño o los dueños de la empresa, por lo que para definir la declaración de la visión de nuestra empresa podríamos empezar por hacernos las siguientes preguntas:

- “¿qué queremos llegar a ser?”
- “¿hacia dónde nos dirigimos?”
- “¿en qué nos queremos convertir?”
- “¿a dónde queremos llegar?”

- “¿cuáles son nuestros deseos o aspiraciones?”
- “¿cuál es la imagen futura que queremos proyectar?”

Para finalizar, veamos algunos buenos ejemplos de declaraciones de visión de empresas conocidas que podemos tomar como referencia para desarrollar la de nuestra empresa:

LG: “Convertirnos en un líder mundial en tecnología digital que asegure la satisfacción del consumidor a través de productos innovadores y un servicio superior.”

Samsung: “Inspirar al mundo para crear el futuro.”

Lenovo: “Convertirnos en una de las compañías de tecnología personal más grandes del mundo.”

General Motors: “Diseñar, fabricar y vender los mejores vehículos del mundo.”

Toyota: “Toyota liderará el camino hacia el futuro de la movilidad, enriqueciendo vidas alrededor del mundo con los métodos más seguros y responsables de movilizar a las personas.”

Honda: “Convertirnos en una compañía que la sociedad quiere que exista.”

Nissan: “Enriquecer la vida de la gente.”

McDonald’s: “Ser el lugar y la forma de comer preferidos de nuestros clientes.”

Adidas: “Ser la marca líder de deportes en el mundo.”

Procter & Gamble: “Ser y lograr ser reconocida como la mejor compañía de productos de consumo masivo y de servicio en el mundo.”

Chevron: “Ser la empresa global de energía más admirada por su gente, sus alianzas y su desempeño.”