



ADMINISTRACIÓN Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

MATERIA: ORG. Y ESTRATEGIA EMPRESARIAL

ALUMNO: RAÚL SÁNCHEZ ESCOBAR

PROFESOR: CARLOS RODRIGO GUILLEN

10 JULIO 2020 COMITAN DE DOMINGUEZ

Introducción

En este escrito, se hablara de la importancia que tiene la misión en las empresas, también de cómo se conforma la misión otro tema, es el objetivo de la empresa, y como bien se sabe toda las empresas buscan una consolidación, y aquí hablaremos de uno de los factores, para que se cumplan los objetivos

La misión de una empresa es el motivo por el que existe dicha empresa, su razón de ser. Indica la actividad que realiza la empresa. Suele plasmarse en una declaración escrita (una frase o un párrafo) que refleja la razón de ser de la empresa. La misión es la respuesta que la empresa da cuando se pregunta: ¿Quiénes somos? y ¿Qué hacemos? Debe diferenciar la empresa de la competencia y mostrar su valor y su hacer único en el mercado. La misión es la estrategia de la empresa. Sirve como elemento de identificación con la filosofía de la empresa. La misión tiende a ser estable en el tiempo aunque puede evolucionar en función del entorno. Debe ser definida por los propietarios de la empresa, y de manera clara y sencilla para hacerla fácilmente interpretable por todos los miembros de la organización. El concepto de misión se engloba dentro de la estrategia empresarial, que es la rama de la economía que estudia el vínculo que existe entre la dirección estratégica y los resultados de las empresas. Está también muy relacionado con el concepto de visión y valores empresariales. La misión empresarial es una declaración escrita en la que se describe la razón de ser de la empresa y su objetivo principal. Es una declaración de los principios corporativos y debe redactarse expresamente para cada empresa u organización, ya que no sirve de nada copiar la misión, visión y valores de otras compañías. La misión de una empresa define e informa principalmente de qué es lo que hace la compañía, a qué se dedica, actividad en el mercado, cómo lo lleva a cabo, cuál es su propuesta de valor; además se puede completar haciendo referencia al público hacia el que va dirigido y con la singularidad, particularidad o factor diferencial, mediante la cual desarrolla su labor o actividad. Los objetivos de una empresa son resultados, situaciones o estados que una empresa pretende alcanzar o a los que pretende llegar, en un

periodo de tiempo y a través del uso de los recursos con los que dispone o planea disponer. Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa pues éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para los miembros de la misma. Para que los objetivos de una empresa permitan obtener los beneficios descritos anteriormente, deben contar con las siguientes características:

- Medibles** Deben ser mensurables, es decir, ser cuantitativos y estar ligados a un límite de tiempo.
- Claros** Deben tener una definición clara, entendible y precisa. No deben prestarse a confusiones ni dejar demasiados márgenes de interpretación.
- Alcanzables** Deben ser factibles. Deben estar dentro de las posibilidades de la empresa, teniendo en cuenta la capacidad y los recursos (humanos, financieros, tecnológicos, etc.) con los que cuenta, así como la disponibilidad del tiempo necesario para cumplirlos.
- Desafiantes** Deben ser retadores (aunque 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 ni proporcionan mayor motivación, aunque objetivos fáciles al principio pueden servir de estímulo para no abandonar el camino apenas éste se haya iniciado.
- Realistas** Deben ser realistas y razonables. Deben tener en cuenta las condiciones y circunstancias del entorno en donde se pretenden cumplir, así como la capacidad y los recursos de la empresa. Por ejemplo, a diferencia del objetivo aumentar de 10 a 1000 empleados en un mes, un objetivo realista sería aumentar de 10 a 20 empleados en un mes.
- Coherentes** Deben estar alineados y ser coherentes con otros objetivos y con la visión, la misión, las políticas, la cultura y los valores de la empresa.