



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GASTRONÓMICAS

QUE ES LA FILOSOFIA DE UNA EMPRESA

PROFESORA

ANDREA DEL ROSARIO HENNING FONSECA

ALUMNA

ILSA DEL ROSARIO ALFONSO LÓPEZ

21 DE ENERO DE 2021

VILLAFLORES, CHIAPAS

¿QUÉ ES LA FILOSOFÍA DE UNA EMPRESA?

La filosofía de una empresa es el conjunto de elementos que definen las prácticas empresariales que utiliza un negocio para alcanzar sus objetivos comerciales. Permite fortalecer las relaciones con sus clientes y resume el ambiente, la cultura y los valores de la compañía.

En general, la filosofía de una empresa representa las creencias con las que los integrantes de dicha compañía se guían para realizar sus actividades.

Para desarrollar una filosofía empresarial es necesario establecer la misión, la visión y los valores de la misma. No importa el tamaño de la organización: la filosofía corporativa debe ser parte fundamental de la estrategia, pues ayuda a crear relaciones más significativas entre los empleados y con los clientes.

Cómo crear la filosofía de una empresa

La competencia empresarial impulsa a las compañías a crear estrategias que les permitan sobresalir y alcanzar sus objetivos comerciales. Es muy común que las empresas compitan dentro de un mismo sector cuando ofrecen los mismos productos o servicios a los consumidores.

Los elementos que integran la filosofía de una empresa son una guía de acción que ayudará a tomar decisiones importantes a los empleados. Esta guía también proporcionará información valiosa a los proveedores, ya que les ayudará a comprender mejor los objetivos comerciales y reforzará la relación con los clientes al mostrarles con honestidad cuáles son tus prioridades.

1. Establece tu misión

- Enfocarte en el producto o servicio y los beneficios que este proporciona a la sociedad en general.
- Resaltar lo que el producto o servicio aporta a los miembros de la organización.
- Debe estar pensada a largo plazo.
- El objetivo debe ser claro y alcanzable.

Por último, no olvidar verificar que la misión siga vigente por lo menos cada dos años. Si por alguna razón los objetivos comerciales cambian de dirección, se deberá replantear la misión de la empresa.

2. Determina tu visión

- Establecer metas realistas y concretas.
- Considerar las fortalezas y debilidades.
- Evaluar tus capacidades.

Por último, la visión de una empresa deberá estar abierta a las posibilidades de cambio y adaptarse a las necesidades de los integrantes de la misma.

3. Elige tus valores

- Encontrar los parámetros que representarán el comportamiento entre los colaboradores.
- Determinar los rasgos que hacen diferente de la competencia
- Establecer prioridades y actuar de acuerdo con estas.

Es muy importante que una vez que hayas identificado los valores que definen a la compañía observar cómo están siendo implementados, para ver si están alineados con los objetivos de marca o será necesario replantearlos.