

Visión, Misión, Qué Confusión !!!

Se empieza por definir la Visión, luego de la Visión se **deriva** la Misión.

El marco de referencia de la Visión es la sociedad, la comunidad, **externa** a la compañía/organización. El marco de referencia de la Misión es la compañía/organización.

La Visión de una Empresa – es un párrafo describiendo un estado ideal, inalcanzable o difícil de alcanzar. Se refiere a una situación ideal que se creará en la sociedad, si el propósito de la compañía se cumple a la perfección. Por ejemplo:

- un hospital tendría por visión curar (de espanto) a todos los enfermos de la comunidad,
- un departamento de Salud Pública creará una ciudad/nación donde todos los habitantes están comprometidos a conductas de prevención de toda enfermedad,
- un supermercado suplirá todos las necesidades de una comunidad,
- una iglesia atenderá a todas las necesidades espirituales de la comunidad y todos se comportarán en perfecto acuerdo con sus preceptos.

La Misión de la empresa – es otro párrafo describiendo el rol que intenta cumplir la compañía para alcanzar la Visión antes estipulada.

Así por ejemplo:

- El hospital brindará servicios de atención urgente a todos los necesitados del distrito, usando el equipo más moderno y empleando a los mejores profesionales del ramo,

- El departamento de Salud Pública educará y proveerá información relevante a la población de pocos recursos del país,
- El supermercado, suplirá las necesidades nutricionales y del hogar, de manera eficiente y a costos accesibles,
- La iglesia desarrollará programas de alcance a toda la comunidad y facilitará el acceso a servicios religiosos de todos los ateos mayores de 100 años.

El párrafo tiene que ser específico con respecto al segmento de clientes que la compañía va a servir y estar enfocado geográficamente (con la excepción de organizaciones globales, cuyos clientes son todo el planeta).

Es importante que los párrafos expresen los valores de la organización (Por los valores se empieza a definir ambos conceptos. Ejemplo de valores: equidad (de género, de edad), justicia, precio accesible, calidad, justicia, satisfacción de clientes, y respeto. Es mejor si se usan calificativos relevantes a la compañía (por ejemplo: rapidez, cobertura, confianza, desarrollados, etc.).

El proceso ideal de desarrollo de la visión y misión es participativo, donde la gente que trabaja contigo produce un borrador en consenso. Luego, se dialoga con clientes para saber si el borrador es atractivo. Luego se le envía a un experto en redacción, mejor un copywriter, que lo escriba de manera correcta, concisa y atractiva.

La Visión y la Misión mientras más cortos mejor y no se deben extender más de media página cada uno.