

# Elaboración del Marco Estratégico

Planificación Estratégica Institucional  
2015-2025



2. DISEÑO DE 3Ms



1. FOCO ESTRATEGICO



3. ALINEAMIENTO ESTRATEGICO

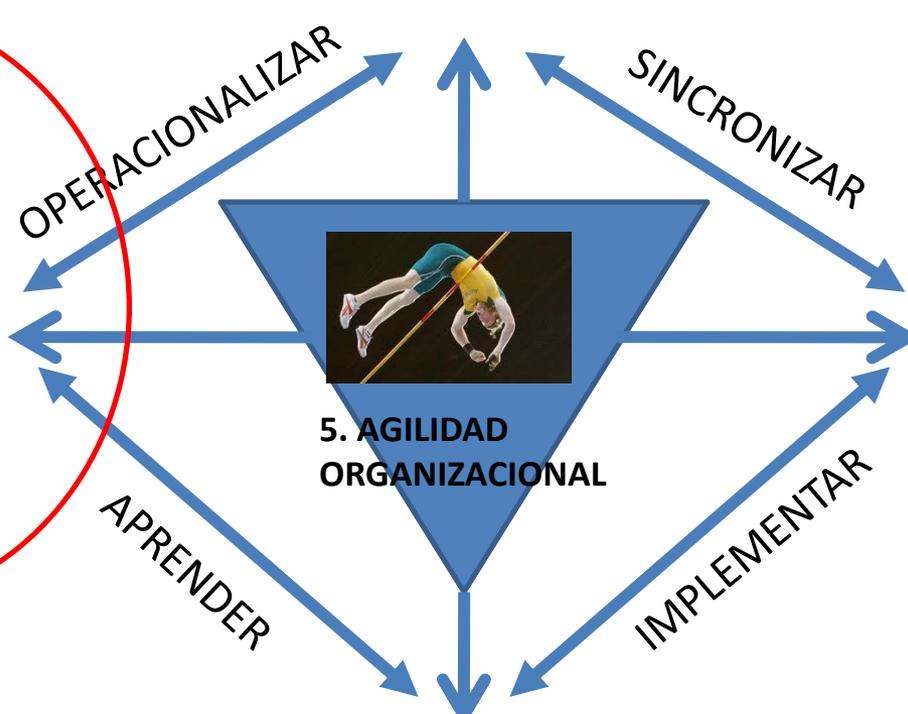


5. AGILIDAD ORGANIZACIONAL

4. CULTURA DE EJECUCION



6. REFINAMIENTO



# MISIÓN

**La razón de ser de la organización**

**Debe ser una fórmula:**

- Ambiciosa: Un reto
- Clara: De fácil interpretación
- Sencilla: para que todos la comprendan
- Corta: para que se pueda recordar fácilmente
- Compartida: Consensuada por las personas de la organización

# MISIÓN

## CARACTERÍSTICAS DE UNA MISIÓN

- Definir qué es la organización
- Ser lo suficientemente específica para excluir ciertas actividades y lo suficientemente amplia para permitir el crecimiento creativo
- Distinguir a una organización de todas las demás
- Servir como marco para evaluar las actividades presentes y futuras
- Formulada en términos tan claros que pueda ser entendida en toda la empresa

**Ejemplo:**

**“Declaración de la misión de Ford”:**

“Somos una familia global, diversa con una herencia orgullosa, confiada apasionado a proporcionar productos excepcionales y servicios”.



- 
- **MISIÓN DE LA FABRICA LA UNIVERSAL**
  - **ELABORAR Y COMERCIALIZAR PRODUCTOS ALIMENTICIOS DE CONSUMO MASIVO, SATISFACIENDO LAS NECESIDADES DE NUESTROS CONSUMIDORES CON CALIDAD, PRECIO Y SERVICIO, A TRAVÉS DEL MEJORAMIENTO CONTINUO EN EL ASPECTO TECNOLÓGICO Y HUMANO.**

## **INSTITUTO TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY**



- **EL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTE-RREY ES UN SISTEMA UNIVERSI-TARIO QUE TIENE COMO MISIÓN FORMAR PERSONAS COMPROME-TIDAS CON EL DESARROLLO DE LA COMUNIDAD PARA MEJORARLA EN LO SOCIAL, EN LO ECONÓMICO Y EN LO POLÍTICO Y QUE SEAN COMPE-TITIVAS INTERNACIONALMENTE EN SU AREA DE CONOCIMIENTO. LA MISIÓN INCLUYE HACER INVESTI-GACIÓN Y EXTENSIÓN RELEVANTES PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PAÍS**

# MISIÓN

La **razón de ser** de la organización

## **Respuesta a las preguntas:**

- ¿Quiénes somos?
- ¿A qué nos dedicamos?
- ¿En qué nos diferenciamos?
- ¿Por qué y para qué hacemos lo que hacemos?
- ¿Para quién lo hacemos?
- ¿Cómo lo hacemos?
- ¿Qué valores respetamos?

Formato a llenar

# **TALLER 1: MISIÓN**

**Responda las preguntas pensando en la DGAI**

# MISIÓN

## TIPS

- Escuchar las opiniones y que haya una discusión por pregunta, hasta llegar a una respuesta en común para dejar una idea
- Que se responda exactamente lo que pide la pregunta
- La misión es una fotografía de lo que somos ahora

# Visión

**Es el futuro de la organización dentro de X años ( concretos)**

## **Debe ser una fórmula:**

- Con visión de futuro, no de mejorar el pasado
- Coherente con la MISIÓN
- Ambiciosa: Un reto, pero realista, viable
- Clara: De fácil interpretación
- Sencilla: para que todos la comprendan
- Atractiva: para provocar ilusión
- Compartida: Consensuada por las personas de la organización

# VISIÓN

## ELEMENTOS DE UNA VISIÓN:

- Formulada por los líderes de la organización
- Dimensión del tiempo
- Integradora
- Amplia y detallada
- Positiva y alentadora
- Realista – Posible
- Consistente
- Difundida Interna y Externamente

**Con la visión, se determina llevar a la organización de un situación actual a una situación deseada :**



*Una visión bien elegida y una misión del negocio a largo plazo preparan a una compañía para el futuro*

**Ejemplo:**

**“Declaración de la Visión de Ford”:**

**“Convertirnos en la compañía principal del mundo de productos y servicios para el automóvil”.**



## VISIÓN

---

- **Kodak**
- **Ser la mejor del mundo en lo que se refiere a la producción de imágenes químicas y electrónicas.**

# Visión

**Es el futuro de la organización dentro de X años (concretos)**

**Respuesta a las preguntas:**

- ¿Qué y cómo queremos ser dentro de x años?
- ¿En qué nos queremos convertir?
- ¿Para quién trabajaremos?
- ¿En qué nos diferenciaremos?
- ¿Qué valores respetaremos?

**Formato a llenar**

# **TALLER 2: VISIÓN**

**Responda las preguntas pensando en la DGAI**

# VISIÓN

## TIPS

- Escuchar las opiniones y que haya una discusión por pregunta, hasta llegar a una respuesta en común para dejar una idea
- Que la respuesta sea exactamente lo que pide la pregunta
- La visión es lo que pretendemos lograr en 10 años

# FODA

Es un análisis de los puntos **FUERTES** y **DÉBILES** de la organización, en relación a las **OPORTUNIDADES** y **AMENAZAS** del entorno

## **Recoge:**

- los puntos Fuertes en que nos debemos apoyar
- los puntos Débiles que debemos superar
- las Oportunidades que tenemos que aprovechar
- las Amenazas de las que nos tenemos que defender

## **Debe ser:**

- Más que una simple identificación: los puntos más Fuertes y más Débiles, en relación a las Oportunidades y Amenazas

# FODA

- ✘ El análisis FODA consta de dos partes: una interna y otra externa.

La parte interna tiene que ver con las fortalezas y las debilidades de su empresa, aspectos sobre los cuales usted tiene algún grado de control.

La parte externa mira las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe enfrentar su empresa en el mercado seleccionado.



# FODA

## Ejemplos de la parte interna del análisis FODA

- Logística
- Compras
- Infraestructura
- Sistemas informáticos
- Control de stock
- Procesos internos (docencia, investigación)
- Marketing

# FODA

## Ejemplos de la parte externa del análisis FODA

- Política fiscal
- Competidores externos
- Políticas públicas
- Ámbito socio cultural
- Acceso a la información
- Tecnología
- Globalización

# FODA

**Formato para recoger información  
respecto a Fortalezas y Debilidades**

**Formato para recoger información  
respecto a Oportunidades y Amenazas**