

*GLOSARIO DE TÉRMINOS PARA USAR EN CLASES Y EN LA  
ESTRUCTURA DE LOS SISTEMAS DE GESTIÓN*

**I.- LA MISIÓN:**

**1.1.- Que es la misión?**

Breve enunciado que sintetiza los principales propósitos estratégicos y los valores esenciales que deberán ser conocidos, comprendidos y compartidos por todas las personas de la organización.

**1.2. Para que sirve la misión?**

Para potencializar la capacidad de respuesta de la organización ante las oportunidades que se generan en su entorno para la alta dirección, la gerencia media le permite orientar sus programas en una forma clara y conocida, pues con esto mejorará el rendimiento de los recursos humanos, materiales y financieros. Para el personal operativo le facilita comprender su participación e importancia en el trabajo.

**1.3. Quién define la misión?**

Los propietarios y la alta dirección de la organización, en virtud de su posición jerárquica.

**1.4. Cómo se define la misión?**

Se define tomando en cuenta cuatro aspectos: estrategia, propósito, valores, políticas y normas.

**II.- Qué son los principios y valores de la organización y para qué sirven?**

Son generadores de compromiso que de alguna u otra manera se identifican con el contexto de la cultura organizacional en la empresa; pero, que se desea consolidar y fortalecer en el corto, medio y largo plazo y, sirven para crear una cultura organizacional

**III.- Que son las políticas y normas de la organización y para que sirven?**

Son las definiciones básicas que se aplicarán en toda la organización como norma de actuación y política de actividad en cada una de las funciones, áreas, tareas o procesos de trabajo.

Sirven Para definir los conceptos de productividad, eficiencia , calidad y rentabilidad.

#### IV.- Que se entiende por productividad, eficiencia, calidad y rentabilidad?

##### 4.1. Productividad:

Obtener un mayor volumen de productos por unidad de insumo utilizada.

##### 4.2. Eficiencia:

Simplificar métodos y procedimientos de trabajo.

##### 4.3. Calidad:

Satisfacer plenamente las necesidades de los clientes.

##### 4.4. Rentabilidad:

Obtener adecuados niveles de retorno sobre el capital e inversión.

#### V.- Qué productos y servicios se ofrecen en el mercado?

Los que se integran de insumos de otras organizaciones pasando por un proceso productivo y teniendo como resultado líneas de productos y de servicios.

#### VI. ¿Cual es el valor agregado que puede generar a sus clientes?

En forma tangible e intangible.

##### 6.1. Elementos tangibles:

Son los atributos que posee el producto o servicio que usted entrega a sus clientes para satisfacer una necesidad específica y, principalmente, están determinadas por sus diseños y uso de material. Estos elementos pueden ser fácilmente apreciados por el consumidor.

##### 6.2. Los elementos intangibles:

Son los que podemos tocar peor que existen en el producto o servicio. Por ejemplo, si usted compra una computadora, el hecho de que la maquina sea entregada en el tiempo señalado por la persona que lo atendió es un elemento de valor agregado intangible.

**VII.- ¿Cual es su principal ventaja competitiva de una empresa?**

Es aquella característica que la hace diferente de la competencia, en términos de recursos humanos, sistemas de información, tecnología, productos y servicios, proceso productivo, finanzas, comercialización.

**VIII. ¿QUE ES LA VISION?**

La visión es aquella idea o conjunto de ideas que se tienen de la organización a futuro. Es el sueño maspreciado a largo plazo. La visión de la organización a futuro expone de manera evidente y ante todos los grupos de interés el gran reto empresarial que motiva e impulsa la capacidad creativa en todas las actividades que se desarrollan dentro y fuera de la empresa. Consolida el liderazgo de alta dirección, ya que al tener claridad conceptual acerca de lo que se requiere construir a futuro, le permite enfocar su capacidad de dirección, conducción y ejecución hacia su logro permanente.

**8.1. ¿QUIEN DEFINE LA VISION?**

Es concebida por la alta dirección de la organización. Sin embargo, es menester señalar estos y directivos se nutren con ideas y opiniones de sus respectivas gerencias.

**8.2. CÓMO SE DEFINE LA VISIÓN?**

Para poder definir la visión debemos establecer a futuro lo que se pretende alcanzar en el desarrollo de la organización, identificar los aspectos estratégicos en los cuales se debe de concentrar la atención para alcanzar el objetivo a futuro y la evaluación de la correctividad del camino recorrido así mismo de la reconsideración de los objetivos.

**IX. EN QUE ASPECTOS ESTRATÉGICOS SE DEBEN CONCENTRAR LOS ESFUERZOS ORGANIZACIONALES PARA ALCANZAR LA PRINCIPAL IDEA A FUTURO?**

Los aspectos estratégicos en los que se deben de concentrar los esfuerzos son: realizar inversiones de capacitación, reingeniería de procesos, y alcanzar la certificación de los sistemas de calidad.

**X.- EN QUE CONSISTE LA REVISIÓN PERIÓDICA?**

Consiste en observar el grado en el que los colaboradores perciben la existencia de diversos factores tales como orientación y rumbo de negocio, capacidad de liderazgo, claridad de las decisiones estratégicas, motivación e integración de equipos de trabajo, sentido estratégico a tareas operativas,

compromiso compartido participación en el proceso de cambio, identificación sobre una idea en común, conciencia de su papel protagónico, entrega y orgullo de pertenencia.

**XI. QUE ES UN OBJETIVO ESTRATÉGICO, PARA QUE SIRVE, QUIEN LO DEFINE Y COMO SE DEFINE?**

Es el marco de referencia con base en el cual se orientan todas las estrategias, planes, programas y proyectos específicos de la organización.

Sirve para evaluar el desempeño general de la organización y medir el avance o rezago que manifiesta esta en relación con los grandes propósitos empresariales.

Se definen por cuatro elementos principales que son: imagen objetivo, factores clave del éxito, prioridades, parámetros de evaluación.

**XII. CUALES SON LOS FACTORES CLAVE DE ÉXITO QUE DETERMINAN EL CUMPLIMIENTO DE LA IMAGEN OBJETIVO ?**

Son liderazgo, productividad, eficacia y eficiencia, calidad, rentabilidad, crecimiento, expansión, etc. Los cuales en su conjunto determinan el éxito

**XIII.- CÓMO ES POSIBLE MEDIR Y EVALUAR EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS?**

Se requiere identificar los indicadores mas adecuados para medir el grado de avance en los objetivos estratégicos. La finalidad es desarrollar un sistema de información estratégica que nos permita dar seguimiento, controlar y evaluar los esfuerzos que se realizan en la organización para alcanzarlos

**XIV.- ¿QUE ES UNA OPORTUNIDAD?**

Situación o circunstancia generada en los ámbitos del mercado, la competencia, el entorno sectorial, el entorno macroeconómico y el entorno de la economía internacional, que favorece significativamente el desarrollo de la organización.

**XV.- ¿QUE ES UNA AMENAZA?**

Aquella situación que afecta negativamente al desarrollo de la organización a corto, mediano y largo plazo.

**XVI. PARA QUE DETECTAR LAS OPORTUNIDADES Y AMENAZAS, ¿QUIEN LAS IDENTIFICA, COMO SE DETECTA?**

Sirve para detectar normar su criterio y afinar la elección de las mejores alternativas y estrategias que impulsan a la organización hacia una mayor participación en el mercado.

La identificación de éstas se lleva a cabo por medio de los miembros de la organización, se detectan tomando en cuenta el mercado, la competencia, el sector productivo, la macroeconomía y la economía mundial.

**16.1. ¿ QUÉ ES UNA FORTALEZA?**

Son elementos que la organización cultiva, de manera interna y que sirve para que sus productos sean mayormente demandados.

**16.2. ¿QUE ES UNA DEBILIDAD?**

Elemento que impide elevar significativamente la capacidad competitiva de la organización.

**XVII.- QUIÉNES SON LOS RESPONSABLES DE IDENTIFICAR LAS DIFERENTES FORTALEZAS DE DEBILIDADES Y PARA QUÉ SIRVE ANALIZARLAS, QUÉ ALCANCES TIENE LA DETECCIÓN?**

Las personas que manejan la información son los responsables de identificarlas.

Se analiza para hacer un sencillo y claro diagnóstico de la situación actual en la que se encuentra la empresa. La detección sirve para contrarrestar el daño que pudieran tener en el desarrollo de la empresa.

**XVII.- ¿QUÉ ES UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS?**

Es un conjunto de acciones y orientadas hacia: consolidación de fortalezas, eliminación de debilidades, aprovechar oportunidades y alcanzar los objetivos estratégicos.

**XVIII.- CUATRO CUADRANTES DE POSICIONAMIENTO**

Se manejan dos variables, atractividad y competitividad para entender la posición estratégico competitiva de los productos y servicios de la empresa. Los cuatro cuadrantes que se manejan son: atractividad alta o baja y competitividad alta o baja; es ahí donde se descubrirá la posición real de la empresa con respecto a la empresa.

### **XIX. ¿QUÉ SON LAS ESTRATEGIAS OPERATIVAS?**

Son estrategias utilizadas en la determinación de las actividades claras que posibilitan consolidar las fortalezas, superar las debilidades, aprovechar las oportunidades, detener el impacto de las amenazas y alcanzar objetivos estratégicos.

### **XX.-. ¿CÓMO SE CONSTITUYE UNA ESTRATEGIA OPERATIVA?**

Las estrategias operativas consisten en determinar cuales son las actividades clave que nos darán la posibilidad de:

- Consolidar las fortalezas
- Superar las debilidades
- Aprovechar las oportunidades
- Detener el impacto de las amenazas
- Alcanzar los objetivos estratégicos

### **XXI.- ¿COMPONENTES DE LA EVALUACIÓN ESTRATÉGICA?**

- **MISIÓN Y VISION:**

Al evaluarla se hace hincapié en los valores y principios que dan origen y sentido a la cultura organizacional así como al campo y acción, el valor agregado y la ventaja competitiva de la empresa.

- **OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:**

Se evalúan la imagen objetivo definida a mediano y largo plazo; los factores clave; la prioridad y los indicadores para medir su grado de avance.

- **OPORTUNIDADES Y AMENAZAS:**

Aquí se evalúa el comportamiento del mercado, la competencia, el sector productivo al que pertenece la compañía, la economía mexicana y la economía internacional. Los responsables de evaluar este aspecto son la alta dirección, los directores de área y, de ser posible, un grupo de asesores quienes monitorean y proporcionan información acerca de cómo se están comportando las diferentes dimensiones del entorno.

- **FORTALEZAS Y DEBILIDADES:**

Se evalúan cuanto ha mejorado la empresa en términos de organización, recursos humanos, procesos productivos, comercialización, etc.

- **ESTRATEGIA DE NEGOCIOS:**

Se evalúa la composición competitiva de cada producto y servicio de la organización.

- **ESTRATEGIAS OPERATIVAS:**

Se evalúan las actividades claves, así como su direccionalidad hacia cada uno de los objetivos estratégicos.

- **PLAN ESTRATÉGICO:**

Se evalúa el grado de avance de los programas de trabajo y la aplicación de presupuesto en cada área de trabajo.

- **PROYECTOS ESPECÍFICOS:**

Se evalúa la instrumentación de los proyectos específicos llevados a cabo por los equipos de trabajo. Los evaluadores son los directores de cada área y los responsables de llevarlos a cabo.