|  |  |
| --- | --- |
| Visión Estratégica |  |
| Una Visión Estratégica define qué se desea alcanzar para el futuro en tiempo y en forma de manera cuantificable y cualitativa. La Visión Estratégica está compuesta por: (1) Visión y Misión; (2) Valores Corporativos; (3) Políticas de Calidad; (4) Metas Operativas y Financieras; (5) Compromisos. Dirigir (fin último de la Visión Estratégica) significa señalar el rumbo, es decir, establecer a qué quiero que se dedique mi empresa y hasta dónde pretendo que llegue esta actividad. La Planeación Estratégica (fruto de la Visión Estratégica) es la actividad financiera que facilita la dirección de una empresa. Por ello, la elaboración de la Planeación Estratégica implica principalmente diseñar el Marco Estratégico de la empresa por área de trabajo. La Planeación Operativa consiste en establecer los Planes de Trabajo Concretos a través de los cuáles la empresa llegará a dónde quiere llevarla la Planeación Estratégica. La Planeación Operativa es la formulación de tareas, gestiones y funciones definidas por área de trabajo y por colaborador o colaboradora. | La Empresa: Marca hacia el Futuro |

Importancia de la visión estratégica

Una Visión Estratégica define:

1. Qué se desea alcanzar para el futuro en tiempo y en forma de manera cuantificable y cualitativa.
2. La Visión y Misión;
3. Los Valores Corporativos;
4. Las Políticas de Calidad;
5. Las Metas Operativas y Financieras;
6. Los Compromisos del Personal.
7. La Planeación Estratégica (fruto de la Visión Estratégica) es la actividad más importante para la dirección de una empresa.
8. La Dirección de la Empresa (fin último de la Visión Estratégica) que significa señalar el rumbo, es decir, establecer a qué quiero que se dedique mi empresa y hasta dónde pretendo que llegue esta actividad.

Por ello, la elaboración de la Planeación Estratégica implica principalmente diseñar el Marco Estratégico de la empresa. La Planeación Operativa consiste en establecer los Planes de Trabajo Concretos a través de los cuáles la empresa llegará a dónde quiere llevarla la Dirección.

Según la *Norma ISO 9001 -2000* toda empresa debe contar con 3 tipos de procesos:

|  |  |
| --- | --- |
| **Tipos de Procesos** | **Definición** |
| Procesos Estratégicos | Soportan y **despliegan las políticas y estrategias** de la organización. Proporcionan directrices y límites de actuación para el resto de los procesos. |
| Procesos Operativos | Constituyen la **secuencia del valor añadido**, de la compresión de las necesidades del mercado o de los clientes hasta la utilización por los clientes del producto o servicio, llegando hasta el final de la vida útil. |
| Procesos de Soporte | **Apoyan** a los procesos operativos. |

Comunicar importancia de la satisfacción de los clientes, requisitos legales y reglamentarios.

Revisar el Sistema de Calidad

Disponibilidad de Recursos

Establecer un Sistema de Gestión de Calidad

**Responsabilidad de la Dirección**

El grado de satisfacción del cliente expresa el nivel de calidad de la empresa que no es más que el resultado de los procesos empresariales.

**PROVEEDOR**

**Necesidades y Expectativas**

**Atributos y Características**

**Necesidades y Expectativas**

**CLIENTE**

**PROCESO**

Si las necesidades y expectativas del cliente aumentan, ya que estamos inmersos en un mercado en continuo cambio y altamente competitivo, es lógico que las características y atributos de nuestros procesos empresariales también deban mejorar continuamente. Por ende es importante la definición única del giro del negocio para que los cambios internos no afecten el concepto que el cliente externo se lleva de la empresa.

**Visión de Procesos Vertical Visión de Procesos ISO 9001-2000**

PROCESOS ESTRATEGICOS

PROCESOS OPERATIVOS

PROCESOS DE SOPORTE

CLIENTES

RR.HH

MKT y VENTAS

PRODUCCION

Al ser los procesos los que generan los resultados de una empresa, si una empresa adopta una organización por procesos, mejorará su eficacia, ya que logrará dominarlos.

Hacia dónde vamos:

|  |
| --- |
| **¿Hasta dónde quiere llevar la empresa?** |
|  |

|  |
| --- |
| **¿Cómo quiere verse?** |
|  |

|  |
| --- |
| **¿Cómo quiere que la vean?** |
|  |

|  |
| --- |
| **¿Cuándo quiere llegar?** |
|  |

Insumos para proponer metas:

|  |
| --- |
| **¿Por qué existe la empresa?** |
|  |

|  |
| --- |
| **¿A quién sirve?** |
|  |

|  |
| --- |
| **¿Qué ofrece?** |
|  |

|  |
| --- |
| **¿Qué necesidades satisface?** |
|  |

|  |
| --- |
| **Principios** |
|  |

|  |
| --- |
| **Visión** |
|  |

|  |
| --- |
| **Misión** |
|  |

|  |
| --- |
| **Eslogan**  |
|  |

**Valor para la productividad**

|  |
| --- |
| **Políticas de Calidad** |
|  |

**Filosofía empresarial**

|  |
| --- |
| **¿Quiénes somos?: especialización** |
|  |

|  |
| --- |
| **¿Qué hacemos?: giro de negocio (tipos de productos /servicios)** |
|  |

|  |
| --- |
| **¿Para quién lo hacemos?: mercados metas** |
|  |

|  |
| --- |
| **¿Por qué lo hacemos?: beneficios que ofrecemos** |
|  |

**Metas operativas y financieras**

|  |
| --- |
| **Metas Financieras Globales de Ventas** |
|  |

|  |
| --- |
| **Metas Operativas** |
|  |

|  |
| --- |
| **Liderazgo en costes** |
|  |

|  |
| --- |
| **Diferenciación** |
|  |