

Importancia de la visión, misión y valores en una empresa comercial

Economía, Administración & Contaduría | Administración

Descripción del Curso

La asignatura Administración está dirigida a estudiantes de 17 años en adelante y propone un enfoque práctico para desarrollar capacidades de visión, misión, valores y gobernanza en el marco de operaciones y experiencia del cliente. El curso busca fortalecer el pensamiento crítico, la toma de decisiones en contextos organizacionales y la habilidad de comunicar políticas y estrategias de implementación de forma clara y persuasiva. A lo largo de la unidad, el aprendizaje se organiza en tres actividades clave:

- **Actividad 1: Taller de redacción de visión** — Se redacta una visión estratégica para un caso propuesto y se refinan con feedback del grupo.
- **Actividad 2: Redacción de misión y valores** — Se elaboran misión y valores y se discuten ejemplos de aplicación práctica en la operación diaria.
- **Actividad 3: Presentación y validación** — Se presentan las declaraciones ante un panel y se definen acciones de implementación y comunicación.

La evaluación se orienta a medir la calidad de la declaración de visión (OBJETIVO GENERAL y OBJETIVOS ESPECÍFICOS 1), la relevancia y claridad de la misión y su conexión con operaciones y experiencia del cliente (OBJETIVOS ESPECÍFICOS 2), la definición y coherencia de los valores y plan de gobernanza (OBJETIVOS ESPECÍFICOS 3), y la capacidad de presentar políticas de implementación de manera efectiva (aprendizaje activo). Se especifica también la duración de la unidad y su alcance: 3 semanas.

Competencias

- Pensamiento estratégico y visión sistémica para interpretar y plantear direcciones organizacionales. - Capacidad de redactar y articular una visión clara, coherente con la misión, los valores y las operaciones diarias. - Habilidad para definir valores organizacionales y diseñar un plan de gobernanza que fomente la gobernabilidad y la ética en la toma de decisiones. - Competencia en comunicación y presentación de políticas de implementación ante diferentes audiencias (paneles, equipos y clientes). - Trabajo en equipo, colaboración y habilidades de feedback para lograr mejoras iterativas de las declaraciones estratégicas. - Aplicación práctica de conceptos de administración a situaciones reales, con enfoque en experiencia del cliente y eficiencia operativa.

Requerimientos

- Participación activa en clase y en las actividades de taller, con compromiso de feedback entre pares. - Entrega de los productos de cada actividad: versión de visión, misión y valores, y material de presentación para validación ante el panel. - Lecturas y materiales obligatorios previos a cada sesión, con seguimiento de casos prácticos. - Uso de

herramientas de procesamiento de texto para redacción y de software de presentaciones para la actividad de validación (p.ej., PowerPoint, Google Slides). - Disponibilidad para sesiones de revisión y retroalimentación, así como para la realización de presentaciones orales. - Dominio básico de plataformas virtuales de aprendizaje para entregar trabajos y participar en foros de discusión.

Unidades del Curso

Unidad 1: Unidad 1. Conceptos y funciones de visión, misión y valores en una empresa comercial

Objetivos de Aprendizaje

- Identificar las definiciones de visión, misión y valores.
- Explicar las funciones distintas de cada concepto en la gestión de una empresa comercial.
- Diferenciar cómo cada concepto influye en la toma de decisiones y en la imagen organizacional.

Contenidos Temáticos

Tema 1: Definiciones y funciones de visión, misión y valores

Descripción corta: Clarificar qué significa cada concepto y para qué sirve en una empresa comercial.

1. Definición de visión
2. Definición de misión
3. Definición de valores

Unidad 2: Unidad 2. Relación entre visión, misión y valores y la estrategia empresarial

Objetivos de Aprendizaje

- Explicar cómo la visión orienta la estrategia de la empresa.
- Describir cómo los valores guían decisiones operativas y la toma de decisiones diarias.
- Analizar ejemplos de alinear visión, misión y valores con decisiones estratégicas.

Contenidos Temáticos

Tema 1: Conexión visión-estrategia

Descripción corta: Cómo la visión se transforma en objetivos estratégicos y en KPIs.

1. Relación entre visión y estrategia
2. Traducir visión en objetivos estratégicos

Unidad 3: Unidad 3. Impacto de la visión y la misión en la motivación, la operación y la experiencia del cliente

Objetivos de Aprendizaje

- Evaluar cómo la visión motiva y orienta el comportamiento de los colaboradores.
- Describir cómo la misión orienta procesos operativos y la experiencia del cliente.
- Analizar casos reales de organizaciones que alinean visión y valores con la experiencia del cliente.

Contenidos Temáticos

Tema 1: Visión, cultura y motivación

Descripción corta: Relación entre la visión y la cultura organizacional y su efecto en la motivación y el rendimiento.

1. Motivación basada en propósito
2. Comportamientos alineados con la visión

Unidad 4: Unidad 4. Elaboración de declaraciones de visión, misión y valores alineadas con la estrategia

Objetivos de Aprendizaje

- Diseñar una declaración de visión clara, convincente y alcanzable.
- Redactar una declaración de misión que guíe operaciones y satisfacción del cliente.
- Definir valores corporativos y proponer un plan de gobernanza y comunicación.

Contenidos Temáticos

Tema 1: Metodologías para redactar visión, misión y valores

Descripción corta: Métodos prácticos para generar y depurar declaraciones coherentes y alineadas con la estrategia.

1. Modelos de redacción
2. Guías de claridad y brevedad