



# EMPRESAS SURA



## Definiciones estratégicas

---

*Estas definiciones son parte de la identidad de la empresa, son sus principios, razón de ser y sueño, es parte de la estrategia de la empresa.*



## DEFINICIONES ESTRATÉGICAS SON:

1. PROPÓSITO SUPERIOR

2. MISIÓN

3. VISIÓN

4. VALORES

**Mega: indicadores financieros. (ventas, utilidades, rentabilidad, etc..)**

## Propósito central o superior

- Es la razón de ser de la empresa, por el cuál existe y se hacen las cosas. Es la columna vertebral de la cual dependemos para tomar decisiones teniendo en cuenta tanto el corto como el largo plazo.
- El propósito es diferente de la visión y la misión, ya que describe la función y la utilidad de la empresa.
- Es la razón del por qué eligen existir justos, más allá de las ganancias financieras.
- Debe ser claro para todos los empleados.
- El propósito de una organización también afecta su capacidad para garantizar que cumpla con su promesa de marca y desarrolle clientes altamente comprometidos. Las compañías construyen, nutren y crecen marcas prósperas basadas en propósitos sólidos y claramente articulados.
- Establecer y operar un propósito claro, sencillo y motivaciones puede crear una ventaja competitiva.



## ¿Qué es el Ikigai?

Ikigai es un concepto originario de Japón (生き甲斐, pronunciado ikigai), que se compone de dos vocablos: iki (生き), que se refiere a la vida, y kai (甲斐), “la realización de lo que uno espera y desea”. Este término determina cuál es tu propósito en la vida, lo que realmente te motiva. Es una mezcla entre lo que te apasiona y lo que se te da bien: tu razón de ser.

Esta metodología dice que las personas al encontrar su razón de ser logran mayor longevidad, porque tienen un motivo por el cual despertarse cada día de su vida.

### Propósito superior

Nuestra metodología es basada en IKIGAI, es una adaptación, para que las empresas puedan encontrar su razón de ser, y de esta forma logren ser más competitivas y sostenibles.

### Como la desarrollamos:

Lo que se busca es logran encontrar **la pasión, profesión, vocación y misión** de la empresa con esto construir el propósito superior.



Basados en este gráfico de Ikigai comenzamos a responder los círculos externos.

Se responde en términos de cliente, es decir de cara al cliente:

- ¿Que es lo que más ama la empresa?
- ¿En que es realmente buena la empresa?
- ¿Por qué le pagan a la empresa?
- ¿Qué es lo que el mundo necesita de la empresa?



# PROPÓSITO SUPERIOR



Lo que más amas:

Lo que la empresa más ama es lo que más disfruta hacer y hace con amor de cara al cliente

---

---

---

En lo que realmente eres bueno:

Es lo que la empresa se considera experto, lo que hace muy bien y tiene buen conocimiento

---

---

---



Lo que el mundo necesita:

El mundo que necesita de la empresa o la empresa que aporte logra hacer

---

---

---

Por lo que te pagan:

Por que pagan los clientes pensando desde lo funcional y emocional

---

---

---

# PROPÓSITO SUPERIOR



Luego se responde la pasión, profesión, vocación y misión. Lo que hacemos es tomar lo que tenemos en la intersección de cada palabra y se juntan estas 2 frases.

## Pasión:

Juntamos la frase de lo que más amas con lo que realmente eres bueno, y comenzamos la frase así: “somos apasionados por”

---

---

---

## Profesión:

Juntamos la frase de lo que realmente eres bueno con lo que te pagan, y comenzamos la frase así: “somos profesionales en”

---

---

---



## Misión:

Juntamos la frase de lo que más amas con lo que el mundo necesita, y comenzamos la frase así: “nuestra misión es”

---

---

---

## Vocación:

Juntamos la frase de lo que te pagan con lo que el mundo necesita, y comenzamos la frase así: “nuestra vocación es”

---

---

---

# El propósito superior

Para llegar al propósito superior o central, juntamos las frases de la pasión, profesión, vocación y misión, llegando a una única frase, que es el propósito!

Es una frase o un párrafo corto

**Es la razón de ser de la empresa, es su razón permanente de existir, por el cual se hacen las cosas**

Ejemplos:

- Facebook: Creemos que la conexión es un derecho humano.
- AMEX: Creemos que es noble servir a otros.



## ¿QUÉ ES LA MISIÓN?



- ❑ La misión es la respuesta que la empresa da cuando se pregunta: ¿Quiénes somos? y ¿Qué hacemos? Debe diferenciar la empresa de la competencia y mostrar su valor y su hacer único en el mercado, en términos del cliente.
- ❑ Debe tener lo que la empresa más ama y lo que el mundo necesita de esta.
- ❑ Si el propósito es el *Por qué* haces las cosas, la misión se trata del **Qué cosas haces.**

Para poder determinar la misión de una empresa, es necesario plantearse algunas preguntas como:

- ¿Quiénes somos?
- ¿Qué hacemos?
- ¿Qué tipo de negocio tenemos?
- ¿Cuál es nuestra razón de ser?
- ¿Cuál es nuestro público objetivo?
- ¿Cuáles son nuestras ventajas competitivas?
- ¿Qué nos diferencia de los competidores?

### Ejemplo:

**Disney:** «Creamos felicidad proporcionando el mejor entretenimiento a personas de todas las edades en todos los lugares del mundo»

La visión de una empresa describe sus planes, sueños, su entorno, sus clientes y si misma.

- Responde a la pregunta ¿qué queremos llegar a ser?
- Es la realidad que le gustaría ver a la empresa entorno al mundo, sus clientes y ella misma.
- Debe ser breve, clara, entendible y fácil de seguir para todos los miembros de la empresa.
- Es ideal establecer fecha, de cuando debe estar cumplida esta visión, para que no se convierta en una meta infinita, si no que realmente la empresa trabaje para cumplirla en la fecha establecida.
- Ser positiva, atractiva, motivadora e inspiradora, capaz de promover el sentido de identificación y compromiso de todos los miembros de la empresa.
- Ser desafiante y ambiciosa, pero a la vez factible y realista teniendo en cuenta el entorno externo y el entorno interno y así como los recursos y capacidades de la empresa.
- Estar alineada y ser coherente con el propósito superior, los valores y la cultura de la empresa.



La visión nos permite plantear un futuro deseable, que sea lo suficientemente claro, retador y motivador para otros, como para trabajar en su cumplimiento.

- ¿Cuál es la imagen deseada de nuestro negocio?
- ¿Qué sueña de su empresa en un futuro?
- ¿Cómo seremos en el futuro?
- ¿Qué actividades desarrollaremos en el futuro?
- ¿Qué tratamos de conseguir?
- ¿Cómo produciremos resultados?
- ¿Cómo nos enfrentaremos al cambio?
- ¿Cómo conseguiremos ser competitivos?

Ejemplo:

- **Pepsi:** Ser la compañía líder a nivel mundial en el sector de la alimentación y bebidas a través de «ganando con propósito».
- **General Motors:** Diseñar, fabricar y vender los mejores vehículos del mundo.



Los valores son lo que representa la empresa frente a todos los actores de interés, son parte de la identidad de la empresa.

- Son los principios, las filosofías fundamentales que rigen el comportamiento interno y externo de la empresa, lo cual ayuda a acelerar el progreso de la empresa.
- Los valores corporativos son vitales para el éxito general en la construcción de un negocio o estrategia.
- Ayudan a las compañías en el proceso de toma de decisiones y aclaran la identidad de la misma.
- Tener un conjunto de valores corporativos específicos que le hablen al público es definitivamente una ventaja competitiva.

### **Preguntas que debemos hacernos para definir los valores:**

- ¿Cuáles valores corporativos resonarán a nuestros clientes?
- ¿Cuáles principios deberían guiar nuestras elecciones?
- ¿Por cuáles cosas queremos que la empresa sea conocida?
- ¿Cómo nuestros valores nos distinguirán de los competidores?
- ¿Cuáles cualidades valoramos en los empleados?



# VALORES

¿Qué valores representa tu empresa? ¿Qué valores te gustaría ser percibido?  
Los valores se deben vivir al interior para irradiar al exterior

COMPROMISO

TRANSPARENCIA

RESPONSABILIDAD

PROFESIONALISMO

AMISTAD

EXCELENCIA

ACTITUD DE SERVICIO

RESPECTO

CONFIANZA

PERSEVERANCIA

LIDERAZGO

PASIÓN

INNOVACIÓN

# DEFINICIÓN DE VALORES



¿Qué valores representa tu empresa? ¿Qué valores te gustaría ser percibido?

Valores	¿Por qué identifican tu empresa?
<b>Cumplimiento:</b>	<b>de los compromisos adquiridos hacia nuestros cliente internos y externos</b>
<b>Honestidad:</b>	<b>Coherencia absoluta entre los que ofertamos y entregamos.</b>
<b>Excelencia:</b>	<b>En los productos y servicios ofrecidos</b>
<b>Transparencia:</b>	<b>En el trato e información que se suministra</b>

# MEGA

Es el objetivo más importante de la empresa  
Se define en términos financieros  
Se define a 3 años

Debe ser en términos SMART  
(Específico, medible, alcanzable, realista y limitado en el tiempo)

Para definirla se debe tener en cuenta el mercado potencial, sus capacidades y recursos y el DOFA



*Ejemplo:*

*Para el año 2024 esperamos aumentar los ingresos totales de la empresa en un 35% que representa 6.000 millones de pesos, y aumentar la rentabilidad en un 20%*



# MIS DEFINICIONES ESTRATÉGICAS

Te invitamos a diligenciar la  
información de tu empresa.

PROPÓSITO SUPERIOR

---

---

---

MISIÓN

---

---

---

VISIÓN

---

---

---



# MIS DEFINICIONES ESTRATÉGICAS

## VALORES

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

## MEGA

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_





**EMPRESAS SURA,**  
un aliado para avanzar

