

# Una misión empresarial diferenciada, es fuente de nuevas formas de valor

## Innovación en la misión de la empresa



### Misión Empresarial

Este componente del modelo de negocio define el propósito y objetivo global de la empresa. Establece el enfoque común hacia donde dirigir los esfuerzos de la organización.

Por si sola la misión no implica necesariamente innovación, pero si ésta se define de forma diferenciada a las existentes en el sector, puede ser fuente de nuevas e innovadoras formas de valor.



Es el caso de ZARA, cuya filosofía es comercializar prendas de ropa de última moda a precios asequibles. Zara introdujo una misión que rompía con las misiones tradicionales: *la moda es cara y reservada a unos pocos*. Los bolsillos más modestos no podían pagar precios altos por prendas que al final de la temporada quedaban desfasadas.

Zara se vio obligada a desarrollar un *modelo de negocio* que le permitiera cumplir su misión, un modelo de negocio que con el tiempo se demostró innovador. Zara, se organizó para producir a bajos costes; desplegó sus propios canales de venta; organizó un sistema de distribución ágil y rápido que le permite en tiempos record (dentro del sector) poner a disposición de los clientes las últimas tendencias de la moda, etc. **Su misión y el despliegue de ésta, le ha convertido en el líder y el referente del sector.**

Tales fueron las innovaciones, que su proceso de *detección-necesidad/producción/distribución* le permite, no sólo ofrecer prendas de última moda, sino ser capaces de reaccionar y ofrecer prendas adaptadas al ánimo de una sociedad. En el 11-S reaccionaron ofreciendo, en cuestión de días, las prendas de color oscuro que demandaban los clientes de Nueva York.

### LA PROPUESTA PARA LA INNOVACIÓN

#### Innovación en la misión de la empresa



#### 1) La reflexión y definición de la misión

El objetivo de esta reflexión es analizar la misión actual de la empresa y definir una que nos diferencie de los competidores - haciéndolos irrelevantes-. Una misión que renueve nuestros objetivos y desencadene la innovación en el resto de las áreas del negocio.

A continuación proponemos algunas **cuestiones para el análisis** que nos servirán para debatir y reflexionar internamente sobre la misión de nuestra organización:

- ¿Tenemos claramente definida nuestra misión?
- ¿Cómo está evolucionando la empresa y en que se está convirtiendo?
- ¿Qué sentido tiene nuestra organización en el mundo?
- ¿Es tan relevante nuestra misión actual (nuestro modelo de negocio) cómo lo era hace unos años?
- ¿Tenemos una misión empresarial *diferenciada* de nuestros competidores? ¿qué hacen éstos?
- ¿Cuál es nuestra empresa soñada?

→ Organizar internamente sesiones de trabajo para la definición de la misión de la empresa: 1) que cada miembro participante en la sesión, aporte tres frases-misión 2) comprensión de su espíritu y debate de éstas 3) responsables de la empresa desarrollan una única frase-misión que recoja el espíritu de las aportadas 4) exposición y debate de la misión definida

A veces las descripciones de las misiones suelen ser muy obvias y faltas de diferenciación, como por ejemplo, decir que la misión es *ganar dinero*. Por supuesto ¿acaso se quiere perder dinero?...

Las misiones, para ser creíbles, deberían superar la prueba de la negación, si negarla es una tontería (p.e. no ganar dinero), hay que volver a definirla...

#### ¿Cómo realizar esta reflexión?

Ver contenido invintia: Organizar y dinamizar sesiones de generación de innovación ●