

The background features abstract geometric shapes in shades of blue and yellow, primarily located in the corners and along the sides, creating a modern and dynamic aesthetic.

FILOSOFÍA EMPRESARIAL

Seminario Creación de empresas

LA FILOSOFÍA EMPRESARIAL



Constituye el núcleo que orienta el comportamiento, las decisiones y la identidad de una organización. Es el conjunto de principios, valores y propósitos que definen quién es la empresa, qué busca lograr y cómo actúa frente a sus clientes, empleados y la sociedad.

En el contexto del emprendimiento, la filosofía empresarial se convierte en una guía estratégica que inspira al equipo, fortalece la cultura organizacional y construye confianza entre los grupos de interés.

MISIÓN

Describe la razón de ser de la empresa, el propósito que justifica su existencia y el valor que aporta a sus clientes y al entorno.

Debe responder claramente a tres preguntas fundamentales:

- **¿Qué hace la empresa?**
- **¿Para quién lo hace?**
- **¿Cómo lo hace?**

Una misión bien formulada debe ser clara, realista, inspiradora y coherente con la naturaleza del negocio.

EJEMPLO:

“Producir y comercializar alimentos saludables y sostenibles, elaborados con insumos locales, ofreciendo bienestar y nutrición a nuestros clientes, mientras promovemos el desarrollo de comunidades agrícolas.”

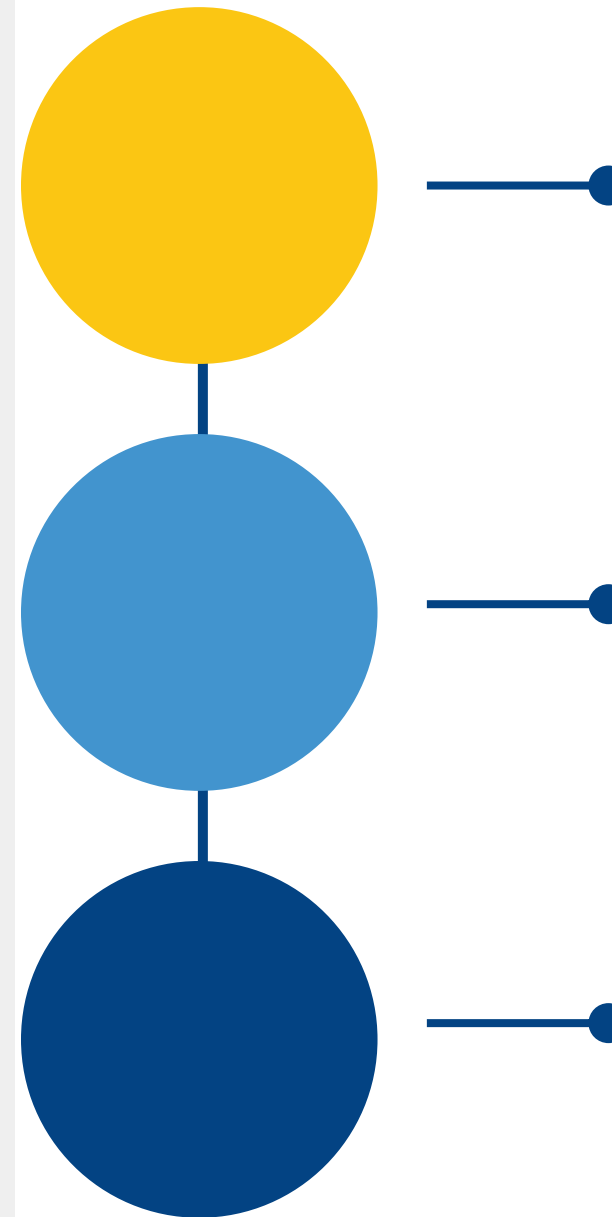
RECOMENDACIONES

- **Redactar en tiempo presente.**
- **Incluir el propósito social y económico.**
- **Evitar frases genéricas o muy extensas.**

VISIÓN

La visión define el futuro deseado de la empresa. Es la imagen proyectada de lo que se aspira a ser o alcanzar en un horizonte de tiempo determinado.

Funciona como un norte estratégico que orienta decisiones y motiva al talento humano.



Debe responder a:

¿Dónde queremos estar en 5 o 10 años?

¿Qué posición deseamos ocupar en el mercado?

¿Qué impacto queremos generar?

VISIÓN

EJEMPLO:

“Ser reconocidos en 2030 como la empresa líder en innovación alimentaria sostenible en Latinoamérica, destacándonos por la calidad, responsabilidad ambiental y bienestar social.”

CONSEJOS DOCENTES:

- Expresarse en tiempo futuro.
- Ser ambiciosa pero alcanzable.
- Reflejar crecimiento, liderazgo e impacto social o ambiental.

3. VALORES CORPORATIVOS

Los valores corporativos son los principios éticos y morales que guían las decisiones, conductas y relaciones dentro de la empresa.

Constituyen el marco de referencia que orienta la cultura organizacional y la coherencia entre lo que la empresa dice y lo que hace.



RECOMENDACIÓN

SELECCIONAR ENTRE 5 Y 7 VALORES ESENCIALES, EXPLICANDO CÓMO SE REFLEJAN EN LA PRÁCTICA COTIDIANA Y EN LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS (CLIENTES, EMPLEADOS, COMUNIDAD).

Ejemplos de valores corporativos:

| Valor | Significado dentro de la empresa |
|--------------------------|---|
| Responsabilidad | Cumplir con los compromisos asumidos con clientes, proveedores y comunidad. |
| Innovación | Promover la creatividad y la mejora continua en productos y procesos. |
| Honestidad | Actuar con transparencia en todas las operaciones. |
| Respeto | Fomentar un trato digno y justo con todos los colaboradores. |
| Trabajo en equipo | Lograr los objetivos mediante colaboración y comunicación efectiva. |
| Sostenibilidad | Integrar prácticas que protejan el medio ambiente y generen valor social. |

Ejemplos de Misión, Visión y Valores

Apple

- **Declaración de misión de empresa:** Brindar la mejor experiencia de usuario a los clientes a través de hardware, software y servicios innovadores.
- **Declaración de visión de empresa:** *Hacer los mejores productos del mundo y dejar el mundo mejor de lo que lo encontramos.*
- **Declaración de valores:** accesibilidad, apoyo a la educación, privacidad como derecho humano, sostenibilidad e inclusión, entre otros.

IKEA

- **Declaración de misión de empresa:** Ofrecer una amplia variedad de muebles, funcionales y de buen diseño, a precios asequibles para la mayoría de las personas.
- **Declaración de visión de empresa:** Crear un mejor día a día para la mayoría de las personas: para los clientes, pero también para nuestros colaboradores y para las personas que trabajan con nuestros proveedores.

Ejemplos de valores corporativos:

| Valor | Significado dentro de la empresa |
|--------------------------|---|
| Responsabilidad | Cumplir con los compromisos asumidos con clientes, proveedores y comunidad. |
| Innovación | Promover la creatividad y la mejora continua en productos y procesos. |
| Honestidad | Actuar con transparencia en todas las operaciones. |
| Respeto | Fomentar un trato digno y justo con todos los colaboradores. |
| Trabajo en equipo | Lograr los objetivos mediante colaboración y comunicación efectiva. |
| Sostenibilidad | Integrar prácticas que protejan el medio ambiente y generen valor social. |

4. Política y Cultura Organizacional

a) Política organizacional

Las **políticas organizacionales** son lineamientos o normas internas que guían el actuar de la empresa y garantizan uniformidad en las decisiones. Se derivan directamente de la misión, visión y valores, y sirven para **mantener coherencia entre los objetivos estratégicos y las acciones cotidianas.**

4. Política y Cultura Organizacional

Ejemplos de políticas:

- **Política de calidad:** Garantizar que los productos y servicios cumplan con estándares nacionales e internacionales.
- **Política de sostenibilidad:** Reducir el impacto ambiental mediante el uso responsable de los recursos.
- **Política de talento humano:** Promover la equidad, la capacitación constante y la seguridad laboral.
- **Política de atención al cliente:** Responder con prontitud, respeto y eficiencia a cada requerimiento.

4. Política y Cultura Organizacional

b) Cultura organizacional

La **cultura organizacional** representa la forma de ser de la empresa, es decir, su **identidad interna**. Se manifiesta en las creencias, actitudes, símbolos, rutinas y comportamientos compartidos por los miembros del equipo.

Una cultura sólida genera **sentido de pertenencia, compromiso y productividad**.



4. Política y Cultura Organizacional

Componentes clave de una cultura organizacional saludable:

- **Comunicación abierta y transparente.**
- **Liderazgo participativo y ético.**
- **Reconocimiento** del esfuerzo y logros del personal.
- **Entorno de confianza** y trabajo colaborativo.
- **Aprendizaje continuo** e innovación.





Ejemplo aplicado:

Una empresa con cultura de servicio al cliente capacita constantemente a su personal, promueve la empatía y reconoce las buenas prácticas de atención, fortaleciendo la fidelización y reputación.

La filosofía empresarial no se redacta solo para cumplir un requisito del plan de negocios; **es el alma de la empresa**. Una misión inspiradora, una visión estratégica, valores vividos y una cultura coherente permiten construir organizaciones sólidas, humanas y sostenibles.

Los emprendedores deben **alinear la filosofía empresarial con la propuesta de valor y la estrategia de crecimiento** de su emprendimiento.

Criterios de evaluación

| Criterio | Peso (%) | Excelente (90–100 pts) | Bueno (80–89 pts) | Aceptable (70–79 pts) | Deficiente (10–69 pts) |
|---|---------------------|---|---|---|---|
| 1. Misión (razón de ser de la empresa) | 20% (20 pts) | Define con precisión el propósito de la empresa; es clara, inspiradora y coherente con el sector y público objetivo. | Redacción adecuada, refleja propósito y actividad, aunque con leve falta de precisión o amplitud. | Presenta la misión de forma genérica o incompleta; falta conexión con el negocio. | No define misión o es confusa, incoherente o copiada. |
| 2. Visión (proyección futura de la empresa) | 20% (20 pts) | Describe de manera clara y estratégica el futuro deseado, con horizonte temporal y metas realistas. | Define un futuro deseado pero sin claridad temporal o con generalidades. | Presenta una visión ambigua o poco alineada con los objetivos empresariales. | No se presenta visión o no guarda relación con el proyecto. |
| 3. Valores corporativos (principios éticos y culturales) | 20% (20 pts) | Selecciona valores coherentes con la identidad empresarial, explicados con claridad y aplicabilidad práctica. | Enumera valores adecuados pero con explicaciones breves o genéricas. | Menciona valores sin desarrollo ni conexión con la realidad empresarial. | Falta de valores definidos o incoherencia con la filosofía del negocio. |
| 4. Política y cultura organizacional | 25% (25 pts) | Define políticas claras y coherentes con la misión y valores. Describe una cultura organizacional sólida, participativa y alineada con la estrategia. | Presenta políticas apropiadas y cultura coherente, con leve falta de profundidad. | Políticas y cultura enunciadas sin claridad en su aplicación práctica. | No se definen políticas ni cultura o son contradictorias con el modelo empresarial. |
| 5. Presentación, redacción y soporte teórico | 15% (15 pts) | Excelente presentación y redacción; estructura lógica, sin errores gramaticales, con citas y bibliografía en normas APA 7ª. | Presentación clara con mínimos errores formales o de redacción. | Documento entendible pero con errores de forma o redacción. | Desorganizado, con errores ortográficos, sin fuentes ni coherencia formal |