

# ANÁLISIS DE ENUNCIADOS DE MISIÓN DE EMPRESAS ESTABLECIDAS EN EL ESTADO DE GUANAJUATO SEGÚN LA EFECTIVIDAD DE COVEY

Martínez Valderrama, Lenin Deivis (1), Purata Sifuentes, Omar Jair (2)

1 [Licenciatura en Administración de Negocios Internacional, Politécnico De La Costa Atlántica] | [[lemarto7@gmail.com](mailto:lemarto7@gmail.com)]

2 [Departamento de Estudios Organizacionales, División de Ciencias Económico Administrativas, Campus Guanajuato, Universidad de Guanajuato] | [[opurata@ugto.mx](mailto:opurata@ugto.mx)]

## Resumen

En la presente investigación se examinan los enunciados de misión de empresas del Estado de Guanajuato según los criterios de efectividad de Stephen R. Covey. En el estudio se tomaron muestras de empresas del estado de Guanajuato para analizar sus enunciados de misión. Los resultados mostraron que las compañías en general presentan deficiencias en sus enunciados, respecto de los criterios establecidos por Covey.

## Abstract

Based on the Stephen R. Covey methodology in this paper are showed the examination of mission statements of Guanajuato State companies. In the study, mission samples were taken from companies located in the state of Guanajuato. The statement of the universal mission established by Covey was used to analyze the mission of each company. Results are showed that companies in general reveal deficiencies in the criteria established by Covey in its statements.

## Palabras Clave

Calidad de vida; bienestar económico; partes interesadas

## INTRODUCCIÓN

El estudio de análisis de enunciados de misión según Covey se realiza para conocer la efectividad de las empresas establecidas en el estado de Guanajuato, y así examinar si sus enunciados cumplen con los criterios establecidos por Covey, se decidió averiguar este tema para observar lo planteado por Stephen R. Covey [1] donde expresa que los enunciados de la misión deben ser breves, de modo que la gente pueda memorizarlos e interiorizarlos. Sin embargo, también deben ser totalizadores. También se tendrá en cuenta en el presente estudio lo planteado por Cynthia D. Scott, Dennis T. Jaffe and Glenn R. Tobe [2], las cuales plantean que “el proceso de hacer que correspondan las misiones individuales y de la organización a veces constituye la diferencia entre una organización de alto rendimiento y una que apenas se desenvuelve”, el enfoque se trazarán en la misión la cual proporciona la dirección orientadora para desarrollar estrategias y complacer a los clientes o interesados en la empresa. Los resultados reflejados por el presente estudio son para aportar a las empresas los criterios que se requieren para realizar sus enunciados y orientarlos al éxito. La metodología de esta investigación se basa en analizar los enunciados de misión de empresas de Guanajuato y compararlos con los criterios de Covey y analizar si cumplen o no cumplen con sus criterios y de esta manera alcanzar el éxito.

## MATERIALES Y MÉTODOS

Se tomaron muestras de tamaño diez de empresas grandes, medianas, pequeñas y micro, para analizar sus enunciados de misión y corroborar si cumplen con los criterios Covey.

### Empresas Pequeñas<sup>3</sup>

Definición de conceptos que se encuentran en la tabla

1. Los enunciados de misión deben ser breves: Stephen R. Covey recomienda que tengan entre 12 a 16 palabras.
2. Bienestar económico: Es donde los trabajadores pueden tener un alto bienestar social a través del crecimiento económico dentro de una empresa.
3. La aceptación y el amor: Las personas deben ser aceptadas en las actividades que desempeñan y recibir amor, para poder desempeñarse mejor en las actividades que realiza.
4. El estímulo y el crecimiento: Ser valorado en sus actividades para poder experimentar la satisfacción y así poder crecer y evolucionar.
5. Finalidad y significado: Es que los trabajadores puedan comprender que las actividades que realizan tienen un impacto positivo en la sociedad, lo cual los lleva a tener motivaciones intrínsecas.
6. La justicia y las oportunidades: Las empresas deben ser equitativas a la hora de impartir justicia y ser recíprocas a las funciones que desempeñe los trabajadores en especial en la parte económica.
7. Vida equilibrada: Es donde los trabajadores tengan una equidad entre la imparcialidad y justicia entorno a la parte económica.
8. Stakeholders: Son todos los que tienen interés en el éxito de la empresa, estos son los clientes, proveedores, distribuidores, comerciantes y público en general.

Las (X) indican que el enunciado de las empresas no cumple con el criterio de Covey.

Los (✓) indican que el enunciado de las empresas cumple con el criterio de Covey.

#### JAPAMI<sup>4</sup>

“Proporcionar los servicios públicos de agua potable, drenaje, alcantarillado y saneamiento a la población del Municipio de Irapuato, garantizando con ello el derecho fundamental de acceso a los mismos, contribuyendo así a su desarrollo sostenible e integral, buscando siempre la sustentabilidad del recurso agua”.

#### LABORATORIOS FERTILAB<sup>5</sup>

Guiar al agricultor en la conservación y aprovechamiento de su tierra, en su aprendizaje tecnológico y en la facilidad de disponer de herramientas y elementos, para asegurar la producción suficiente de alimentos, con una visión de permanencia.

#### ADOQUIN TIPO SAN LUIS<sup>6</sup>

Es atender satisfactoriamente las necesidades de construcción y prestar un servicio de adecuación de zonas públicas para la mejora del bienestar social. Comprometidos con el medio ambiente y perseverantes en el desarrollo de los empleados en sus competencias profesionales, basamos nuestro progreso en la diversificación y expansión a otros estados de la república mexicana con un compromiso de superación permanente para alcanzar nuestros objetivos y conseguir la fidelidad de nuestros clientes.

#### EMVISA ELECTRICIDAD<sup>7</sup>

Ofrecer a nuestros clientes los servicios de construcción, mantenimiento, pruebas eléctricas y asesoría; así como una amplia gama de material y equipo eléctrico con la más alta calidad y eficiencia en el trabajo, que satisfagan las expectativas y necesidades del mercado nacional.

#### ARTE TEXTIL<sup>8</sup>

Agregar valor a nuestros productos a través de un servicio de excelencia; para ello trabajamos constantemente en mejorar nuestros procedimientos y procesos, con el fin de ser altamente eficientes en cada una de las áreas de nuestra empresa.

#### CIMERMEX (COMPAÑÍA INDUSTRIAL MERCANTIL MEXICANA)<sup>9</sup>

Ser una empresa manufacturera y maquiladora de calzado. Calidad, servicio y tendencia como lineamientos prioritarios de nuestros productos.

#### AZTEXTIL<sup>10</sup>

Crear y ofrecer soluciones personalizadas a nuestros clientes y al mercado en general para satisfacer sus necesidades de una manera innovadora y con la mejor calidad.

#### ABARROTERA ZORRO<sup>11</sup>

Queremos el éxito de los empresarios detallistas con nuestra oferta de trato amable, producto y precio. Innovando constantemente en el mercado contribuimos a mejorar México.

#### MARCOZER<sup>12</sup>

Nos caracterizamos por ser una empresa de experiencia y éxito, con un enfoque de liderazgo regional de nuestro mercado, valorando a nuestra competencia. Basamos nuestro crecimiento en la calidad y la

honestidad de un equipo de trabajo íntegro, que ofrece sus productos y servicios en tiempo y forma. Bajo un principio fundamental de empatía con: colaboradores, clientes, proveedores y sociedad en general

### LA SOLEDAD<sup>3</sup>

La fábrica de Velas y Veladoras “LA SOLEDAD”, es una empresa que mediante la utilización de tecnología en maquinaria, instalaciones físicas adecuadas y un personal calificado, fabrica y distribuye velas y veladoras a través del comercio Nacional, para satisfacer necesidades y mantener las costumbres religiosas y culturales.

Ofrecer productos de calidad, a tiempo, con una excelente actitud de servicio a precios accesibles, para satisfacer las expectativas de los consumidores.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Por cuestión de espacio, sólo se muestran los resultados de la investigación de los enunciados de misión de las empresas pequeñas.

EMPRESAS PEQUEÑAS										
CRITERIOS	JAPAM I	LABORATORIO S FERTILAB	ADOQUIN TIPO SAN LUIS	EMVISA ELECTRICIDAD	ARTE TEXTIL	CIMERME X	AZTEXTIL	MARCOZER	CONQUER	LA SOLEDAD
1. Los enunciados de misión deben ser breves	X	X	X	X	X	✓	X	X	X	X
2. Bienestar económico	X	X	✓	X	X	X	X	X	✓	X
3. La aceptación y el amor	X	X	✓	X	X	X	X	X	✓	X
4. El estímulo y el crecimiento	X	X	✓	X	X	X	X	X	✓	X
5. Finalidad y significado	✓	✓	✓	X	X	X	X	X	✓	X
6. La justicia y las oportunidades	X	X	✓	X	X	X	X	X	X	X
7. Vida equilibrada	X	X	✓	X	X	X	X	X	X	X
8. Stakeholders	X	X	X	X	X	X	X	X	✓	X

Tabla.

Comentario: El 90% de las empresas pequeñas estudiadas tienen enunciados que superan lo recomendado por Stephen R. Covey lo cual no permiten ser interiorizados por las personas, el bienestar económico no es tenido en cuenta en los enunciados lo que no permite que el trabajador tenga crecimiento en su economía y por ende no va a poder tener bienestar social, la calidad de vida del trabajador no es una prioridad de las empresas pequeñas debido a que solo piensan en el beneficio de la empresa, y de esta manera descuidan la

aceptación del trabajador en sus actividades, no le ofrecen crecimiento dentro de la empresa, no le dan un significado al trabajador que trascienda en la sociedad, no es proporcional la actividad que realiza con respecto a lo remunerado, en relación con el criterio stakeholders las compañías pequeñas le dan la prioridad a los clientes y no a todos los que tienen interés en el éxito de la empresa.

## CONCLUSIONES

Las empresas en las que se estudiaron los enunciados de misión el 92% tienen sus misiones extensas superando lo recomendado por Covey, al analizar la calidad de vida de los trabajadores las empresas solo elaboran sus enunciados enfocados en el crecimiento de la misma y no en el de sus trabajadores, al examinar las partes interesadas solo tienen como meta a los clientes dejando de lado a todos los colaboradores interesados en el éxito de la empresa. Lo que se recomienda cuando se está elaborando un enunciado de misión basado en la metodología de Covey y al considerar este artículo sería hacer los enunciados breves y totalizadores, que se tenga en cuenta el bienestar de sus trabajadores y que se incluyan a todas las partes interesadas en el éxito de la empresa.

## AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradecer a mi familia por su apoyo para que este proyecto se hiciera realidad, también a la universidad de Guanajuato por la oportunidad de poder realizar el presente artículo científico y por último a Tania Lafont por su ayuda lo largo del proceso de la beca.

## REFERENCIAS

- [1] Adaptado por Stephen R. Covey del libro el liderazgo centrado en principios páginas 407- 416
- [2] Adaptado por Cynthia D. Scott, Dennis t. Jaffe y Glenn R. Tobe del libro visión, valores y misión organizacional página 62.
- [3] El tamaño de las empresas fue recuperada 2018-06-26 de: [http://dof.gob.mx/nota\\_detalle\\_popup.php?codigo=5096849](http://dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?codigo=5096849) y <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>
- [4] Recuperado 2018-06-29 de: <https://www.japami.gob.mx/que-es-japami/>
- [5] Recuperado 2018-06-29 de: <https://www.fertilab.com.mx/empresa>
- [6] Recuperado 2018-06-29 de: <https://adoquintiposanluis.weebly.com/iquiestquien-somos.html>
- [7] Recuperado 2018-06-29 de: <http://www.emvisa.com.mx/>
- [8] Recuperado 2018-06-29 de: <http://www.artetextil.com.mx/about.html>
- [9] Recuperado 2018-06-29 de: <http://cimermex.com/Quienessomos.html>
- [10] Recuperado 2018-07-02 de: <https://www.aztextil.com/nosotros>
- [11] Recuperado 2018-07-02 de: <http://zorro.com.mx/acerca-de-nosotros/>
- [12] Recuperado 2018-07-02 de: <https://www.marcozer.com.mx/Somos>
- [13] Recuperado 2018-07-02 de: <http://www.lasoledad.com.mx/nosotros.html>