



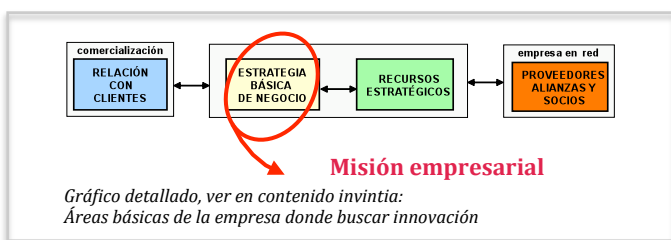
Innovación en la misión empresarial

Una misión diferenciada es fuente de nuevas formas de valor

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.

PROPUESTA PARA LA INNOVACIÓN



Innovación en la misión de la empresa

La reflexión y definición de la misión

Reflexione sobre la misión actual de la empresa ¿tiene su empresa definida una misión?.

Defina una que permita diferenciarse de sus competidores – haciéndolos irrelevantes-. Establezca una misión que renueve sus objetivos empresariales y que potencialmente sea desencadenadora de la innovación en el resto de las áreas del negocio.

Organice internamente un proceso para identificar dicha misión y una vez identificada, preséntela públicamente – interna y externa- para que todo el mundo pueda identificar su empresa tanto por su nombre como por su misión.

Para profundizar, ver curso elearning: **Zara, de pyme a líder innovando en el modelo de negocio.**

Donde se analiza:

- 1) las claves del éxito de Zara,
- 2) cómo hizo para innovar en las diferentes áreas de la empresa, y pasar de pyme a líder mundial, y
- 3) lecciones prácticas podemos aprender de Zara →

<http://www.invintia.com/elearning>