**GUÍA METODOLÓGICA PARA LA FORMULACIÓN DE LA**

**MISIÓN INSTITUCIONAL**

1. DEFINICIÓN:
	1. Es la razón de ser de la organización.
	2. Con ella se busca determinar ¿cuál es el negocio de la organización? ¿Por qué existe la organización? ¿En qué tipo de actividades deberá concentrarse en adelante?
	3. Es una declaración de conceptos más que de detalles específicos.
	4. Declaración duradera de objetivos que distinguen a una organización de otras similares.
	5. Es un compendio de la razón de ser de una organización, esencial para determinar objetivos y estrategias.
	6. Muestra que “quiere ser” y “a quién quiere servir”.
	7. Describe el propósito, los clientes, los productos o servicios, los mercados, la filosofía y la tecnología básica de una organización.
	8. Debe reconciliar los intereses de todos los grupos de interés de la institución: los usuarios externos o beneficiarios y los usuarios internos (incluido el cuerpo directivo).
	9. Es necesario usar el buen juicio para formular y redactar la misión de una institución pues no existe una fórmula óptima y única para una organización en particular.
2. FORMULACIÓN DE LA MISIÓN

De acuerdo a Mc Ginnis, la formulación de una misión debe:

1. Definir que es la organización y lo que aspira a ser.
2. Ser lo suficientemente específica para excluir ciertas actividades y lo suficientemente amplia para permitir el crecimiento creativo,
3. Distinguir a una organización de todas las demás
4. Servir como marco para evaluar las actividades presentes y futuras.
5. Ser formuladas en términos tan claros que se puedan entender en toda la empresa.