



KUBADILI

¿Cuál es la diferencia entre visión, misión y propósito?

En este artículo abordaremos los conceptos de misión, visión y propósito, cuál es el valor de definirlos de manera colaborativa y un taller para llevar a cabo estas definiciones.

Parece que cada organización tiene un método diferente cuando se trata de declarar su propósito. Algunos solo tienen una declaración de misión. Algunos tienen una declaración de misión y una declaración de visión. Algunos simplemente tienen un propósito declarado. Y algunos otros usan un término totalmente diferente para describir ese fragmento de prosa que ponen en una placa en la oficina o publican en la portada de un informe.

Pero en este artículo, vamos a eliminar ese desorden. Cubriremos la diferencia entre visión, misión y propósito. Además de cómo se interrelacionan entre sí y cómo se afectan entre sí.

¿Qué es una declaración de visión?

Una declaración de visión es una declaración de cómo será el futuro si la organización tiene éxito. Es una declaración de hacia dónde se dirige la organización. Una declaración de visión describe cómo se verá el mundo si logra la misión que sirve a su propósito (más adelante hablaremos más de esto).

Y lo que pasa con las declaraciones de visión es que son aspiracionales por naturaleza. Están destinados a inspirar al pintar una imagen de un futuro por el que vale la pena trabajar. Todo liderazgo implica un cambio hasta cierto punto y su declaración de visión es una imagen de cómo se verá el mundo cuando haya terminado ese cambio.

Pero dado que se trata del cambio por el que estás trabajando, una visión no puede sostenerse por sí sola. Aún necesita describir cómo se planea hacer ese cambio. Tiene que haber un plan para hacer realidad esa visión. Ahí es donde entra en juego la misión.

¿Qué es una declaración de la misión?

Entonces, si la declaración de visión responde cómo será el mundo en el futuro, la misión, por otro lado, responde a la pregunta ¿cómo vamos a hacer realidad esa visión? ¿Cómo nos vamos a comportar? ¿Cómo vamos a ganar? ¿Cómo definimos los objetivos para medir si estamos progresando?

Las declaraciones de misión pueden ser el lugar donde se habla de cómo se cambian las vidas. Y las declaraciones de misión pueden ser el lugar donde se habla de cómo se logran los objetivos. Las declaraciones de misión pueden incluso incluir los productos o servicios que vende. De hecho, muchas de las grandes declaraciones de misión ponen un número específico de vidas cambiadas a través de los productos o servicios ofrecidos. El punto es que la misión establece una visión interna y describe el plan de acción.

Tu visión es cómo se verá el mundo cuando hayas logrado tu misión.

Pero todavía hay una pregunta sin respuesta. Con visión y misión tenemos el **qué** y el **cómo**, respectivamente. Pero aún tenemos que responder al **por qué**. Ahí es donde entra en juego el propósito.

¿Qué es una declaración de propósito?

Una declaración de propósito explica la razón de ser de la organización. Explica por qué comenzó la organización y por qué está en ese viaje. Explica qué injusticia en el mundo está buscando corregir o qué oportunidad está buscando aprovechar. Una declaración de propósito se puede responder con ese tipo de historia fundacional, pero a menudo es una declaración declarativa que ofrece la misma explicación de los valores y cómo la existencia de la organización mantiene esos valores.

Entonces, ahora podemos tomar los tres juntos. Y míralo de afuera hacia adentro, porque estos tres elementos anidan uno dentro del otro. Comenzamos con esta idea de visión, que es cómo se verá el mundo cuando logres la misión, que es cómo vas a poner en acción tu propósito, que es tu razón de ser. Echa una mirada:

Tenemos la visión, que es el qué.

Tenemos la misión, que es el cómo.

Tenemos el propósito, que es el por qué.

Pero aquí está la clave en la que muchas organizaciones se equivocan. Si pensamos en la visión, la misión y el propósito como círculos concéntricos. El propósito todavía no es el centro de nuestro círculo.

La gente es.

El valor de definir misión, visión y propósito de manera colaborativa

Dentro de estos tres círculos hay personas. Las personas que están a tu cargo. Las personas que se han unido a la organización o que quieres atraer a la organización. Comienza con ellas y sus aspiraciones.

Entonces, una declaración de propósito, una declaración de misión y una declaración de visión, todas irradian de las personas. Irradian de lo que está en sus corazones y sus mentes. Y como persona en una posición de liderazgo, lo mejor que puedes hacer es asegurarte de que el propósito, su misión, su visión o todo lo anterior responda a una pregunta para la gente: ¿Por qué estamos luchando?

¿Qué hay en el mundo que nos cansa y tenemos la disposición de comenzar a cambiarlo?
¿Qué vemos como injusticia y queremos decir «no más»? ¿Qué hay en el mundo que el mundo entero encuentra aceptable que las personas que están contigo se niegan a aceptar? ¿O cuál es la batalla que están librando tus clientes o partes interesadas a la que ayudas con tu existencia?

La gente no quiere unirse a una empresa, ni siquiera a una empresa con una declaración de misión elegante. Quieren unirse a una cruzada.

Y si la declaración de visión, declaración de misión y / o declaración de propósito no transmite esa cruzada, es probable que la gente no conecte. Si se presenta una imagen deseable del futuro, pero carecen de una descripción de lo que está en juego si ese futuro no se concreta, es probable que no sea lo suficientemente inspirador.

Todo comienza respondiendo «¿por qué estamos luchando?»

Y una vez que tengamos una respuesta clara y concisa a eso, entonces podemos escribir nuestra declaración de propósito, nuestra declaración de misión y nuestra declaración de visión.

Taller para definir misión y propósito

Taller // CONSTRUYENDO NUESTRA MISIÓN

Destinatarios: Personas que pertenecen a equipos que trabajan por una misión en común.

Objetivo: Que las personas participantes construyan y redacten la misión del equipo/área.

Duración: 4 horas. Si bien sugerimos 4 horas de duración para facilitar de manera cómoda y holgada, el tiempo total de este taller queda a decisión de quienes lo faciliten.

Desarrollo del taller

Actividad 1: Bienvenida a las personas participantes y presentación general del taller (5'): objetivo del encuentro y acuerdos previos (duración, horario de finalización, uso de los celulares, etc.)

Actividad 2: Check in: “conversaciones al paso” (10').

Se trata de una actividad de a pares que simula la dinámica “cita rápida”.

Solicitar a las personas participantes que se ubiquen en 2 filas enfrentadas. Cada pareja de participantes enfrentada conversará sobre las consignas que irá diciendo la persona que facilita.

La duración de cada conversación es de 1 minuto.

Cumplido el minuto, todas las personas participantes se moverán un lugar a la derecha cambiando de pareja.

Una vez que las personas participantes estén ubicadas en su nuevo lugar, quien facilita realizará una nueva pregunta o consigna, y así sucesivamente.

Algunos ejemplos de preguntas para realizar pueden ser:

- ¿Cuál es mi mejor horario para trabajar y por qué?
- ¿Cuáles son las 3 cosas que mejor me salen en el trabajo?
- ¿Qué aspectos del trabajo son los que más me cuestan y por qué?

Si esta dinámica la realizan de forma virtual pueden ir a salas en parejas para conversar sobre cada pregunta.

Actividad 3: Mapa de empatía (60')

Victor Frankl, gran pensador humanista, decía que el sentido de nuestra existencia siempre está fuera nuestro y, generalmente, está vinculado al dar.

¿Qué es el Mapa de Empatía y para qué sirve?

Es una herramienta que permite conocer a las personas a las que está dirigido nuestro servicio haciendo foco en sus necesidades.

El mapa de empatía sirve para ampliar y visualizar de una manera sencilla la información demográfica con un conocimiento profundo del comportamiento, entorno, inquietudes y aspiraciones de las personas a las que está destinado nuestro servicio. Realizar este mapa nos orientará a la hora de definir nuestra propuesta de valor así como para construir nuestra misión.



¿Cómo utilizar esta herramienta?

1. Crear un perfil de nuestro público objetivo y se le asigna a este personaje un nombre y una serie de características (ingresos, relaciones...).
2. En plenario con el grupo, se responden las siguientes preguntas:

¿Qué piensa y siente?

Se trata de pensar y reflexionar sobre qué pasa en la mente de la persona a la que está destinado nuestro servicio: ¿Qué la conmueve? ¿Qué le quita el sueño? ¿Qué es lo más importante para el público objetivo?

¿Qué oye?

Describir cómo afecta el entorno a la persona a la que está destinado nuestro servicio: ¿Qué dicen sus amigos y su familia? ¿Quién es la persona que más le influye? ¿Qué canales realmente le influyen?

¿Qué ve?

Describir qué ve la persona a la que está destinado nuestro servicio en su entorno: ¿Qué la rodea? ¿Quiénes son sus amistades? ¿A qué problemas se enfrenta?

¿Qué dice y hace?

Imaginar qué diría o cómo se comportaría realmente en público esta persona: ¿Cuál es su actitud? ¿Cómo se relaciona con otras personas?

¿Qué esfuerzos hace?

Analizar los miedos, frustraciones y obstáculos a los que se enfrenta esta persona.

¿Qué resultados obtiene?

Descubrir cuáles son sus deseos y cómo mide sus logros.

Dibuja el mapa de empatía en un rotafolio grande o bien, utiliza una herramienta de colaboración virtual como [Mural.co](https://www.mural.co) o Miro. Otro formato de mapa de empatía que puedes usar, si quieres, es el siguiente:

MAPA DE EMPATÍA

2 Datos relevantes 📄

Ocupación, edad (número, no un rango), su biografía (mini historia de vida, lugar donde nació, sus actividades, su familia, su rutina).

1 Mi cliente 👤

Su nombre es: _____

¿Es hora de darle vida a mi cliente! ¿Qué apariencia tiene? ¿Cómo se viste? ¡Dibújalo o pega una foto!

4 Dolores y necesidades 💬

¿Qué le hace falta? ¿Qué le molesta? ¿Qué le da miedo, acompleja o disfruta?

3 Metas y valores 🚩

¿Qué le indigna? ¿Qué le satisface? ¿Qué le frustra? ¿Qué espera lograr en la vida o nivel laboral, social, personal y/o espiritual?

5 Motivaciones y aspiraciones ☆

¿Qué clase de persona quiere ser? ¿Cuáles son sus sueños? ¿Quiénes son sus modelos a seguir? ¿Qué lo empuja? ¿Cuál es la razón de fondo del querer cumplir sus metas?

Actividad 4: Los 4 componentes de una misión (60')

Una vez definida la persona a la que está destinado nuestro servicio, podremos pasar a plantear los 4 componentes de una misión.

Esta actividad consiste en la construcción conjunta de un lienzo [canvas simplificado] para identificar y definir los cuatro aspectos / componentes claves de una misión desde una perspectiva centrada en la persona [vecinos y clientes internos].

Este es el trabajo previo de toma de conciencia y explicitación de los componentes para la posterior redacción de la misión.

Dinámica de la actividad

Se sugiere contar con un lienzo en blanco similar al que figura en la siguiente página y con post-its para ir completando junto con todo el grupo y en plenario los diferentes componentes del lienzo.

A continuación figura el gráfico del lienzo simplificado con los cuatro componentes.

<p>2 ¿Qué valor agregamos al GCBA? Propuesta de valor el área</p>	
<p>1 ¿Para quiénes? Vecinos y/o clientes internos</p>	
<p>3 ¿Qué hacemos? Actividades Claves</p>	<p>4 ¿Cómo lo hacemos? Cualidades del hacer</p>

Lo que sigue son algunas definiciones y preguntas a tener en cuenta a la hora de facilitar esta actividad.

- 1. ¿Para quiénes?** Se refiere al público objetivo o persona a la que está destinado nuestro trabajo. Es fundamental identificar a todos los perfiles para los cuales estamos trabajando. Conocerlo en profundidad ayudará a responder al resto de los componentes, en especial nuestra propuesta de valor.

Preguntas orientadoras: ¿Quiénes son las personas a la que están destinadas nuestras acciones? ¿Quién es el público objetivo/ persona destinataria más importante para nuestro área ahora? ¿A quiénes les damos servicios?
- 2. ¿Qué valor agregamos a nuestros destinatarios?** Se trata de aquello específico y de alto valor que entregamos a nuestro público objetivo / destinatarios y mejorará, de alguna forma, su calidad de vida.

La propuesta de valor se enuncia en una frase corta de pocas palabras claras y concretas. En caso de atender a distintos tipos de público objetivo corresponderá redactar una propuesta de valor para cada uno.

Preguntas orientadoras: ¿Qué es eso que hacemos y nos diferencia de los demás?, ¿Qué necesidades de los destinatarios estamos atendiendo?, ¿Qué valor entregamos al destinatario?, ¿Qué problemas del destinatario ayudamos a resolver? ¿Qué está necesitando el destinatario de nosotros? ¿Qué necesita / espera de nuestro servicio? ¿Cuáles son las expectativas que el destinatario tiene en relación a nuestro servicio? ¿Qué le duele al destinatario? ¿Qué beneficios espera de nosotros?

3. **¿Qué hacemos?** Son cada una de las actividades claves que realizamos y a través de las cuales entregamos nuestra propuesta de valor. Por ejemplo: producir..., programar..., diseñar..., comprar... Aquí corresponde colocar todo aquello que, a través de una tarea y acción concreta, contribuye a que la propuesta de valor llegue a nuestro público destinatario.
Preguntas orientadoras: ¿Cuáles son las actividades fundamentales y que no podemos dejar de hacer para entregar la propuesta de valor? Por ejemplo: distribuir..., relacionarnos con..., generar...

4. **¿Cómo lo hacemos?** Se trata de especificar las características y cualidades que impregnan nuestro hacer: tareas y acciones.
Preguntas orientadoras: ¿Cómo queremos hacerlo? ¿Cómo queremos que nuestra propuesta de valor llegue a nuestro público destinatario? ¿Qué tipo de relación queremos establecer con la ciudadanía? ¿Qué relación espera –la personas a la que está destinado nuestro servicio– que generemos y mantengamos con ellas? ¿Qué relaciones ya hemos establecido? ¿Cuáles son los costos de esas relaciones?

Actividad 5: Exposición dialogada sobre Propósito y Misión (10')

Se presentará, en diálogo con las personas participantes, las diferencias conceptuales entre propósito y misión.

Propósito	Misión
<p>El propósito se refiere a por qué existe la organización, por qué hace lo que hace y cuál es su causa más elevada.</p> <p>Tiene una función inspiracional.</p> <p>Pone énfasis la razón o razones por las cuales una organización hace lo que hace. Y ese hacer siempre es por alguien más, por el mundo.</p> <p>El propósito motiva a los integrantes de una organización y los guía en todas sus acciones.</p> <p>El propósito permanece constante en el tiempo.</p>	<p>La misión se refiere a aquello que un área hace para alcanzar el propósito de la organización. Manifiesta el valor diferencial del área y las maneras a través de las cuales entregará ese valor.</p> <p>La misión hace referencia a la manera o las distintas maneras que un área encuentra y elige para poner en marcha el propósito de la organización.</p> <p>La misión de un área es llevar a cabo el propósito de la organización de la manera o maneras que se consideren oportunas a lo largo del tiempo.</p>

Los componentes de una misión se pueden construir respondiendo a 4 preguntas:

¿Qué cosas hacemos?	¿Para lograr qué?
¿Para quién o quiénes?	¿Cómo lo hacemos?

Estos componentes se relacionan directamente con el lienzo de propuesta de valor realizado en la actividad anterior.

Se sugiere a las personas que faciliten que muestren cómo se relacionan estas preguntas señalando en el lienzo construido por el equipo el cuadrante que corresponde a cada pregunta.

Actividad 6: Construcción de la propia Misión (55')

Partimos del propósito del área / organización para pensar cómo nuestra misión contribuye a él.

Propósito del área u organización: [Escribir el propósito obtenido en la actividad anterior]

- **Momento 1 (5')**: el facilitador lee el propósito para luego invitar a un momento de conexión con el mismo. Para ello, se invita a los participantes a que visualicen con qué palabras se sienten más conectados internamente. No será necesario compartirlo con el resto del grupo.
Entonces, conociendo qué es un propósito y una misión y sus diferencias... es hora de crear o redefinir nuestra misión.
- **Momento 2 (15')**: Las personas participantes se organizan en grupos (mínimo de 3 personas y máximo de 5 personas, según el número total de participantes). Cada grupo recibe: un medio afiche blanco, marcadores, una hoja con las cuatro preguntas que remiten a los componentes de la misión y tienen a la vista el lienzo del área que construyeron al inicio del taller a la vista. Para una facilitación virtual, puedes utilizar herramientas como Mural.co o Miro.

¿Qué cosas hacemos?	¿Para lograr qué?
¿Para quién o quiénes?	¿Cómo lo hacemos?

La consigna es: a partir de estos recursos [el lienzo y las 4 preguntas], cada grupo redactará la misión del área.

Actividad alternativa para este momento

Otra posibilidad para ayudar a los participantes a redactar la misión del área es armar una frase con partes en blanco, en las cuales completar con textos propios.

Por ejemplo:

“Nuestra misión es [va aquello que queremos lograr] para [van las personas a las que está destinado nuestro trabajo] haciendo [va aquello que hacemos y cómo lo hacemos].”

Momento 3: Puesta en común de misiones (30’): Cada pequeño grupo cuelga sus misiones en la pared. En esta actividad el desempeño de la persona que facilita es fundamental. En primer lugar, leerá en voz alta las misiones redactadas por cada grupo. Luego invitará al grupo completo a buscar aspectos, palabras, frases, direcciones que se desprendan de las diferentes propuestas, tanto en común como sus diferencias.

En diálogo con el grupo completo irán construyendo entre todas las personas la misión del área.

La construcción y redacción de la misión definitiva lo podrá hacer en un ppt en vivo, en caso de sentirse cómoda (la persona que facilita) redactando y editando en el momento y en simultáneo ayuda al grupo a reflexionar.

Otra opción es ir anotando las diferentes partes de la misión en hojas A4 con marcador grueso y buena letra, de manera de construirla de a partes y dar la posibilidad de reemplazar una parte (hoja) por otra (hoja replanteada).

Momento 4 (5’): Se invita al grupo completo a tomar 2 minutos en silencio para leer y conectar con la misión. ¿Me inspira esta misión? ¿Tiene sentido para mí? ¿Resuena con esta misión? ¿Es consistente o solo suena linda pero no se sostiene o no me ayuda a seguir? ¿Está alineada con el propósito? ¿Me gustaría quitar y/o agregar alguna palabra?

Luego se sondea cómo está el grupo de participantes en relación con la misión construida y acordada.

Si hay tiempo se puede abrir un espacio para que el grupo de participantes acuerde donde colgarán la misión en su espacio de trabajo y cómo la comunicarán a sus equipos.

Si esto no puede realizarse durante este taller, entonces la propuesta es que agenden un encuentro de una hora durante la próxima semana para acordar y resolver estos temas.

Actividad 7: Check out (10’). Finalmente y como actividad de cierre se invita a cada participante a responder brevemente, como si fuera un mensaje de Twitter de 140 caracteres, las siguientes preguntas:

- ¿Cómo les resultó el proceso de construcción de la misión?

- ¿En qué otras situaciones de su trabajo cotidiano podrían aplicar este tipo de proceso colaborativo?

Taller para definir visión

Escribe la plantilla de declaración de visión del equipo en el pizarrón (o en un lienzo de papel):

1. Para (organización de destino)
2. Quién (declaración de la necesidad u oportunidad)
3. El (nombre del equipo, identidad) es un (clasificación del equipo, categoría)
4. Que (singularidad del equipo, razón de peso para la existencia del equipo)
5. A diferencia (alternativa actual sin el equipo)
6. Nuestro equipo (declaración de diferenciación)

Divide al equipo en grupos más pequeños y pídele a cada grupo que complete un espacio en blanco por separado (o más de uno, dependiendo del tamaño del equipo).

Reúne los resultados de cada grupo, formando una oración única.

Mientras se ejecuta esta actividad, la plantilla de declaración de visión del equipo proporciona un breve conjunto de palabras motivadoras que resumen y encapsulan los elementos principales de la visión y la identidad del equipo. Una vez creada, la declaración de la visión del equipo comunica la intención y la importancia del equipo a la organización en general y a las personas interesadas.

Referencias

<https://davidburkus.com/2020/05/whats-the-difference-between-vision-mission-and-purpose/>
<https://www.funretrospectives.com/defining-the-team-vision-statement/>