



# Mòdulo 2

Definición, misión y valores



# Introducción a la unidad

Tu no puedes comunicar si no sabes quien eres.

Por lo tanto una organización no debería definirse por las actividades implementadas sino por los cambios que quiere efectuar a través de estas actividades. La gente se relaciona por medio de valores y con una visión compartida del mundo en el cual quieren vivir; para involucrarles es preciso primero asegurar que todos los miembros de la organización comparte la misma visión, misión y valores. Solamente una vez que hayas hecho este paso puedes tender lazos con los demás.

Una declaración de visión, misión y valores claramente definida puede ayudar a:

- atraer y involucrar partes interesadas.
- construir una cultura organizacional
- hacer subir la productividad gracias a la motivación y compromiso del equipo.

En esta unidad vamos a explorar:

- Como definir visión, misión y valores
- Como comunicarse con otros y otras





# Definición de visión, misión y valores

Una organización que tiene una visión, una misión y unos valores claros, seguirá viva aunque se cambien los líderes y los miembros porque es un sistema dinámico que camina hacia el cambio que quiere crear. Va a atraer gente que también cree en este cambio y que va a contribuir.

## VISIÓN

Cada organización necesita una visión sobre un mundo ideal, un futuro deseado, un sueño lejos de lo que ya existe. La visión significa el cambio al cual la organización quiere contribuir (pero no lo puede lograr sola). Puede ser idealista, hasta utópica, pero con optimismo alcanzable. La visión define la dirección y el objetivo último de la organización, aporta dirección e inspiración – recuerda a los miembros de la organización porque hacen lo que hacen.

## MISIÓN

La misión es “la parte del trabajo para hacer”, para realizar la visión: es lo que contribuye a la organización para alcanzar el objetivo final. La misión contesta tres preguntas: QUE hace la organización, para QUIEN lo hace, y COMO lo hace.

## VALORES

Los valores dan forma a la cultura de una organización y reflejan sus principios, sus creencias y su filosofía.

Mientras se definen estos tres elementos de la organización, es importante que se queden SENCILLOS y que se asegure que todos y todas compartan la misma visión, misión y valores.





### Ejemplo 1.

**FORME** es una organización sin ánimo de lucro que trabaja en el campo de educación.

**VISIÓN** – para crear un sistema de educación apto para todos y todas y que considere a la gente como individuos y no como números.

**MISIÓN** – para promover educación no formal como una metodología educacional complementaria a la educación formal, para empoderar individuos, comunidades y redes sociales a través del desarrollo de habilidades.

**VALORES** – oportunidades iguales para todos y todas, transparencia, calidad en vez de cantidad.

### Ejemplo 2.

**SWEETGREEN** es una empresa que vende comida orgánica y saludable.

**VISIÓN** – para crear una cultura de estilos de vida sostenibles.

**MISIÓN** – para fomentar comunidades más saludables a través de conectar a la gente con comida “de verdad”.

**VALORES** – pensar en la sostenibilidad, generar impacto, cultivar comida y relaciones.





# Comonos comunicamos con los demás

Para comunicar la visión, la misión y los valores de la organización, se propone El Circulo Dorado de SimonSinek que contesta tres preguntas:



- 1. PORQUE** – porque hacemos lo que hacemos
- 2. COMO** – como hacemos lo que hacemos
- 3. QUE** - lo que hacemos





## **POR QUE HACEMOS LO QUE HACEMOS**

Cuando comunicas sobre tu organización, la primera cosa para compartir es: Por qué haces lo que haces? Qué te motiva? Qué te apasiona? En qué consiste el cambio que buscas? Tienes una historia personal para relatar sobre los porqués de tu proyecto.

La respuesta a la pregunta PORQUE refuerza el mensaje sobre la visión de la organización. Es la información con la cual la gente va a relacionarse emocionalmente. Tu PORQUE es la razón principal por la que la gente querrá establecer una relación con tu organización - porque quieren formar parte de este cambio.

## **COMO HACEMOS LO QUE HACEMOS**

En segundo lugar, debemos comunicar la manera como hacemos las cosas. De qué manera eres diferente de los demás. Qué son los valores que representas y los códigos éticos que sigues? Qué hay de nuevo en lo que haces? Puede ser una metodología nueva, un enfoque diferente, una estrategia innovadora – o puede ser una metodología todavía existente y probada.

## **QUE HACEMOS**

Por último debes comunicar lo que haces – los servicios que ofreces, las actividades y los proyectos que llevas a cabo. Deben ser coherentes y apoyarte para alcanzar tu objetivo y deben reforzar las respuestas de la pregunta PORQUE.

En el sector sin ánimo de lucro, se necesita contestar la pregunta PORQUE más que en el sector comercial; en el sector comercial se satisface cuando un producto o un servicio cumple una necesidad individual; en el sector social es imprescindible transmitir el mensaje que hacen parte de una entidad más grande.





# Otras definiciones para crear una identidad clara para su organización

## Campos de Intervención (En lo que se está enfocando)

Es útil agrupar sus actividades en torno a campos de intervención, para comunicarme mejor la estrategia de su organización. Debe explicar el resultado que buscará lograr de las actividades que se desarrollarán. No debería tener más de tres o cuatro campos.

## Grupos beneficiarios (para quién es)

Es útil también explicar a quiénes está ofreciendo y qué tipo de actividad - de esta manera las partes interesadas pueden navegar fácilmente entre sus ofertas para encontrar en cuáles están interesados/as.

## Eslogan

Se puede transmitir un mensaje dinámico y corto a través un eslogan. Debe utilizar palabras claves que recuerden su organización.





## Ejercicio

Crea una descripción de esta organización, describiendo su visión, su misión y sus valores. (Te daremos la información sobre sus campos de intervención y sus grupos beneficiarios.)

### Campos de intervención:

1. **Prevención: sensibilización y actividades sobre la legalidad.**
2. **Rehabilitación: actividades destinadas a la reintegración social de jóvenes con antecedentes criminales.**
3. **Sensibilización: Campañas de sensibilización y actividades sobre la no-discriminación, dirigidas a las comunidades locales.**

### Grupos beneficiarios:

1. **Jóvenes – actividades educacionales sobre la legalidad**
2. **Jóvenes con antecedentes criminales – actividades educacionales destinadas a la mejora de habilidades sociales y cívicas**
3. **Trabajadores/as – cursos de capacitación sobre cómo trabajar con jóvenes con antecedentes criminales**





Mòdulo 2  
Definición,  
misión y  
valores

## Solución posible:

**VISION** – para crear una sociedad sin criminalidad y donde da una segunda oportunidad sin hacer juicios.

**MISION** – para educar las comunidades sobre la legalidad y para desarrollar habilidades cívicas de los y las jóvenes.

**VALORES** – no discriminación, legalidad, no prejuicios, tolerancia, etc.

the sound of silence



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

