

Objetivo, visión y misión

Quiero proponer un enfoque distinto de lo que es una visión y una misión. No porque la forma tradicional sea incorrecta, sino porque me gusta usar tres conceptos: *objetivo*, *misión* y *visión* como una herramienta para enfocar mejor lo que queremos conseguir, encontrar la motivación para avanzar hacia la meta y comprender mejor cómo esa meta se conecta con el entorno.

Objetivo

El objetivo responde a una pregunta simple:

¿Qué quiero conseguir?

El objetivo, así planteado, puede ir desde algo muy concreto y alcanzable en poco tiempo hasta una meta a tres, cinco, diez o veinte años, que como tal estará redactada desde un nivel más general.

Es común referirse a las metas a corto o mediano plazo, mucho más específicas o más medibles, como objetivos. La visión, en cambio, haría referencia a metas a más largo plazo y conectadas con la totalidad vital de la persona, no solo con objetivos profesionales o comerciales específicos.

Yo prefiero referirme a todos ellos como objetivos, ya que usaremos las mismas técnicas para todos. Cuando el objetivo sea específico, la respuesta a las preguntas será mucho más clara. Cuando, en cambio, pongamos el foco en una “visión” a largo plazo (que sigo llamando objetivo), el objetivo tendrá una redacción más general, más vinculada con los valores o la identidad del emprendedor, pero deberá cumplir, en su medida, con las mismas características que cualquier objetivo:

1. Expresado en positivo
2. Ubicado en el contexto apropiado (tiempo y espacio)
3. Específico

4. Bajo el control de quien lo emprende
5. Tamaño adecuado
6. Ecológico

Cada uno de estos requisitos variará dependiendo de qué objetivo planteemos. Es normal, en un objetivo a largo plazo, que la especificidad de su redacción o la ubicación en un contexto sea un poco más general. También podemos aceptar que algunas cosas no estén directamente bajo nuestro control, aunque siempre teniendo consciencia de ellas.

Visión

Una vez en claro el objetivo, podemos formular la visión.

¿Qué es la visión? Es la narración del objetivo con palabras sensoriales y de acción, esto es: sustantivos, adjetivos y verbos. Es el objetivo en movimiento, la imaginación dándole vida a lo que queremos alcanzar.

Al revés del objetivo, donde se admiten palabras conceptuales y valores, sobre todo cuando nuestro objetivo es más general o alejado en el tiempo, en la visión hay que darle vida a través de palabras que evoquen imágenes, sentidos, movimiento y color.

La visión no se crea con el pensamiento lógico, sino con un enfoque creativo. Es en la visión donde damos vida a nuestro objetivo proyectándolo en nuestra pantalla mental.

La mejor manera de crear una visión es colocarse mentalmente en el momento en que conseguimos nuestro objetivo y dejar volar la imaginación. ¿Qué vemos, qué escuchamos, qué sentimos cuando alcanzamos el objetivo? Escribamos una narración de esa visión lo más detallada posible. Abundemos en detalles.

La visión apela a la parte inconsciente del cerebro, y más allá de que el resultado termine siendo tal cual lo imaginemos al principio, la visión es lo que nos empuja a lograr nuestro

objetivo, porque la hace concreta y deseable.

Misión

También hay muchas formas de redactar una misión, pero la manera más clara de definirla para este enfoque es decir que la misión es la visión o el objetivo en el campo del otro.

¿Quién es el otro? El cliente, la familia, la pareja, los ciudadanos... Todo aquel que participa en nuestra visión y para quien, en última instancia, la desarrollamos.

Porque la visión, si bien sale de nosotros y somos quienes la creamos, tiene su finalidad en los demás: la familia, el cliente, nuestra sociedad.

Una forma de enfocar la redacción de una misión es pensarla formada por tres partes:

- Personas
- Problemas
- Producto

Todo emprendimiento está enfocado a un determinado público, cierto sector que tiene un problema, y nuestro producto o servicio soluciona ese problema. [Frank Scipion](#) llama a este principio [la regla de las tres P](#).

La misión es el enfoque de la visión hacia el mundo, es nuestro “para qué” estamos acá, para qué hacemos lo que hacemos.

¿Se animan a redactar su meta a través de estos tres conceptos?