



La **IDENTIDAD** de Las **OSC**





Alderete 401 (Esq. Mendoza)



(0299) 4494787 / (0299) 154535667



opri.nqn@gmail.com



OPRI Neuquén



OPRI Neuquén



Oficina Provincial Relaciones Institucionales



opri.ciudadanianqn.com.ar

¿QUIÉNES SOMOS? ¿QUIÉNES QUEREMOS SER?

El por qué y para qué de una organización son preguntas que deben ser reflexionadas y explicitadas para que expresen su sentido y guíen sus acciones.

Es importante trabajar internamente sobre las características que tiene o deseamos que tenga nuestra organización: "así estaremos trabajando en la (re) construcción de la identidad".

La identidad es el conjunto de características, valores y creencias que la distinguen y diferencian. Es la síntesis de su realidad y refleja su cultura y valores. Las personas forman a las organizaciones y su identidad, y ésta a su vez influye en las personas que la conforman.

" Construimos nuestra identidad como organización cuando ponemos en común nuestras percepciones, ideas, puntos de vista sobre qué hacemos, por qué, cómo y qué

buscamos lograr con ello".

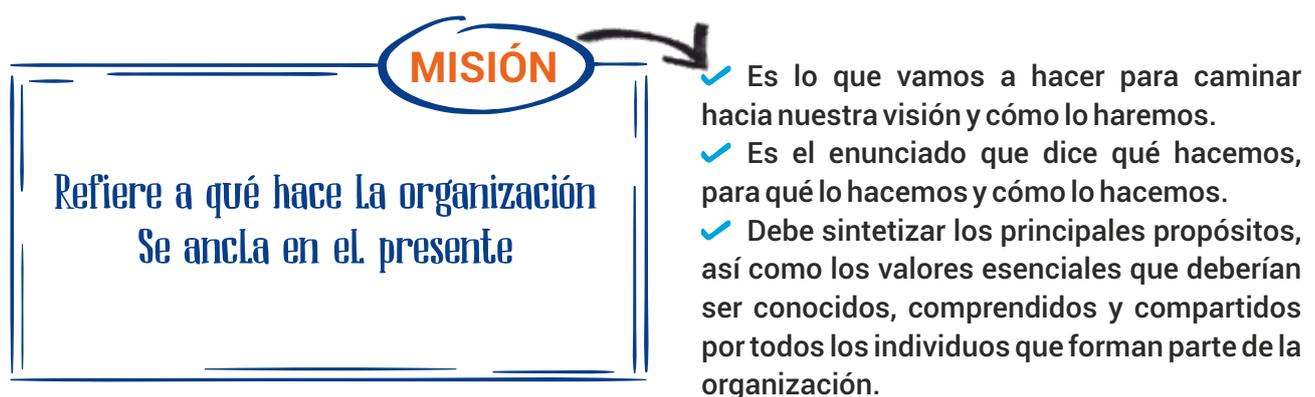
La identidad se plasma tanto en elementos formales como informales; entre los informales, pueden mencionarse la puesta en práctica de sus valores, las relaciones interpersonales, el clima laboral, etc.

El aspecto formal se refleja en el organigrama, protocolos y sistemas de trabajo, etc. En este caso vamos a focalizar sobre la misión, visión, valores y objetivos que le dan sentido a la identidad formal de la organización.

Muchas veces, por la dinámica cotidiana es difícil que las organizaciones tengan una mirada integral y a largo plazo de su labor. Retomar la identidad, recordarla, trabajarla al interior de la organización, permite que sus integrantes comprendan la importancia de su trabajo en articulación con los demás y en función de objetivos compartidos.

MISIÓN Y VISIÓN

Acordar una visión y una misión es el primer paso para plasmar la identidad de una organización ya que ordenan la gestión y la comunicación organizacional y se vinculan con lo que hacemos, con lo que queremos lograr y cómo pensamos lograrlo.



La misión debe enunciarse de manera operativa, simple y clara, de lo contrario sólo es una declaración de buenas intenciones. Debe centrarse en lo que la organización realmente intenta hacer, y ponerse en práctica de forma que las y los integrantes se sientan identificados con ella y contribuyan al logro del objetivo. Cuanto más participativa sea su discusión, mayor será la coherencia posterior entre el discurso institucional y las comunicaciones en general y el hacer cotidiano.

Cuando una misión está apropiadamente formulada:

- 🔹 **Contribuye a organizarnos.** Se transforma en la columna vertebral en torno a la cual ordenamos las actividades, los objetivos, las estrategias de financiamiento, la comunicación.
- 🔹 **Otorga sentido.** posibilita que las y los miembros de la organización sepan por qué hacen lo que hacen y cuán importante es su tarea.
- 🔹 **Atrae.** Permite que las personas destinatarias de las actividades se identifiquen rápidamente como tales y se acerquen a la organización.
- 🔹 **Cohesiona.** Logra que personas abocadas a tareas y programas diferentes se sientan parte de un mismo colectivo, de un mismo sueño.



- ✓ Es lo que "queremos ser" y lo que queremos lograr en un mediano y largo plazo más allá de nuestras posibilidades.
- ✓ Se relaciona con un ideal.
- ✓ La visión vendría a ser una fotografía del futuro que se quiere construir.
- ✓ Es el horizonte por el cual la organización se compromete a trabajar.

La visión tiene que enunciar una imagen de la situación futura deseada, directamente vinculada a la transformación social que se propone la organización.

Cuando pensamos en la visión tenemos que tener presente:

- 🔹 Es la más soñadora aspiración de una organización, no es ni su filosofía ni su enfoque de trabajo.
- 🔹 Tiene que ser ambiciosa para que aliente el crecimiento.
- 🔹 Debe ser amplia e integradora, lo suficiente para contemplar la evolución de la organización en el mediano y largo plazo.
- 🔹 Hay distintos tipos de visiones organizacionales. Las que plantean un horizonte soñado para toda la sociedad y las que enuncian un futuro deseado más centrado en la organización.
- 🔹 Es imprescindible comunicarla internamente para que toda la organización esté alineada en pos de un mismo sueño y para que el proyecto institucional logre trascender a las personas y a las actividades del presente. Y también externamente para que la organización abra sus puertas a quienes quieren sumarse a su sueño sabiendo de antemano qué se desea como punto de llegada.

LOS VALORES

Cuando respondemos a las preguntas ¿por qué trabajamos? ¿cómo lo hacemos?, estamos definiendo los valores de la organización, que son principios que reflejan la mirada que se tiene sobre la realidad, intereses, la ética de la organización, "lo que deseamos y cómo deseamos conseguirlo".

Los valores distinguen a una organización, conectan con lo emocional y dan sentido a su hacer. Están presentes en el decir, en el hacer, en la comunicación externa e interna: son "el mejor lugar para construir comunicación, el desarrollo institucional y la propuesta de transformación social".

Podemos hablar de dos tipos de valores:

Fundamentales: los relacionados directamente con la ética de la organización. Ej: respeto por la diversidad, efectivización de derechos, equidad.

Operativos: relacionados con las tareas clave de la organización. Ej: innovación, actitud de servicio, trabajo en equipo.

LOS OBJETIVOS

Es muy importante definirlos porque son fuente de legitimidad en un proyecto social, ya que justifican las actividades de una organización y sirven como estándares para evaluar lo que se hace y en qué medida se cumple la misión, que es el gran objetivo de toda institución.

Los objetivos deben ser concretos y realizables -posibles de alcanzar de acuerdo con las características de la organización-, y medibles en un período determinado de tiempo.

Existen objetivos de corto, mediano y largo plazo. Esa gradualidad marca el camino de acción previsto para la organización.

Los objetivos de largo plazo requieren mayor planificación, por lo que su formulación se corresponde con una visión de largo alcance, los de corto plazo abren el camino de los objetivos intermedios y estos, a su vez, dan lugar a los objetivos de largo plazo.

Los objetivos deben ser constantemente revisados, ajustados y reemplazados, puesto que la realidad inicial o el diagnóstico que los produjo son dinámicos y por tanto cambiantes.

“Los objetivos son aquellas metas que trazamos en el camino de nuestra misión teniendo como horizonte la utopía de nuestra visión” (p.50)

PLANIFICAR PARA LOGRAR OBJETIVOS

Las organizaciones tienen su razón de ser en los objetivos, que se materializan a través de un proyecto institucional que requiere de una planificación para su realización.

Cómo nos organizamos para trabajar: pensar antes de actuar

¿Qué es Planificar?

- Diseñar el camino para alcanzar lo deseado.
- Reconocer la situación actual y los requerimientos para llegar donde se desea.
- Anticiparse a los eventos que pueden surgir en el camino.
- Cualquier proceso de planificación es un medio para conseguir un fin, objetivo o propósito.

Es muy importante tener en claro desde el inicio cuál es el propósito que se pretende lograr. Si no conocemos y definimos con precisión dónde queremos llegar, cualquier ejercicio de planificación deja de tener sentido. No es un mero ejercicio intelectual, o un diagnóstico de la realidad, debe poder orientar nuestras acciones. Responde al intento de reducir la incertidumbre, tratando de anticiparnos al futuro y a sus posibles cambios.

Una buena planificación se convierte en una guía que permite:

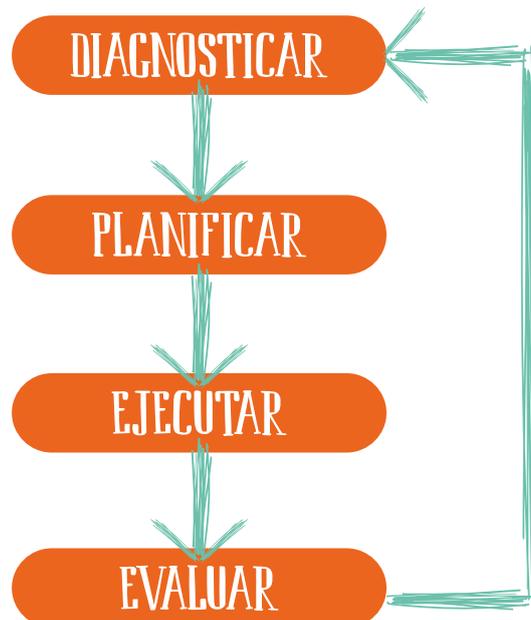
- Conocer qué recursos se necesitan para lograr los objetivos.
- Desempeñar actividades y tomar decisiones coherentes con los objetivos planteados y los procedimientos escogidos.
- Identificar prioridades.
- Alcanzar el logro de los objetivos.

La planificación implica definir objetivos, teniendo como faro los objetivos de gestión institucional y la visión como horizonte utópico que guía el hacer de la OSC

Los objetivos deben ser constantemente revisados, ajustados y reemplazados, puesto que la realidad inicial o el diagnóstico que los produjo son dinámicos y por tanto cambiantes.

LAS ETAPAS DE LA PLANIFICACIÓN

- 1 Diagnosticar: hacer una lectura de determinada situación; leemos la organización en relación con las acciones cotidianas y el entorno con el que nos relacionamos (contexto).
- 2 Planificar: definir estrategias según los problemas y necesidades surgidas en el diagnóstico, y priorizadas según importancia y posibilidad de abordaje
- 3 Ejecutar: realizar las acciones previstas para lograr los resultados esperados
- 4 Evaluar: medir cuánto pudo cumplirse de los objetivos



“Cuanto más participativa sea la construcción de la identidad de una organización, más real será porque está hecha por quienes conforman la identidad día a día, y más potente se mostrará hacia afuera”

LLEVÉMOSLO A LA PRÁCTICA

ALGUNAS RECOMENDACIONES PARA ELABORAR LA MISIÓN

- Responder a ¿qué tipo de organización somos? Asociación civil, cooperadora, etc.
- ¿Qué hacemos? Temática de trabajo, de qué nos ocupamos o deberíamos ocuparnos
- Acotar con la mayor precisión posible nuestra labor en esa temática: ¿Cómo hacemos lo que hacemos? Puede ser útil definir por lo opuesto: ¿de qué nunca nos vamos a ocupar?
- ¿Con qué actores queremos relacionarnos? ¿cómo? ¿para quiénes trabajamos?
- Puede también incluirse el alcance territorial.

EJEMPLOS

"Ayudar a los que padecen hambre, solicitando, almacenando y distribuyendo alimentos para el consumo. Educar acerca de la naturaleza del problema del hambre y la desnutrición". Banco de Alimentos

"Contribuir a la transformación social de la Argentina, a través de la conformación de un espacio de intercambio y diálogo interinstitucional, que contemple a todos los actores y agentes vinculados con el proceso de Cooperación Internacional." Red Argentina Cooperación Internacional

"Trabajar con determinación en los asentamientos informales para superar la pobreza a través de la formación y acción conjunta de sus pobladores y pobladoras, jóvenes voluntarios y voluntarias, y otros actores". TECHO

ALGUNAS RECOMENDACIONES PARA ELABORAR LA VISIÓN

- Identificar la situación actual de la organización y la situación futura deseada.
- Precisar los principales conceptos que hacen a esa visión
- Responder a ¿para qué hacemos lo que hacemos?
- Que sea fácilmente comprensible y clara para que sirva como parte de la "carta de presentación" de la organización.

EJEMPLOS

"La solución de los problemas de la vivienda y del hábitat como una condición para alcanzar una vida digna, imprescindibles para la promoción de la persona, las familias, y la integración de la comunidad en su conjunto." Fundación Pro Vivienda Social

"Una sociedad cohesionada sobre la base de los principios de fraternidad, justicia y solidaridad." Fundación Cláritas

"Nuestra visión es ser la ONG de referencia en la Argentina, con un mensaje esperanzador y realista, respecto de las personas con síndrome de Down y su plena inclusión en la sociedad." Asociación de Síndrome de Down de la República Argentina (ASDRA)



MINISTERIO DE
CIUDADANÍA

NEUQUÉN
P R O V I N C I A

**JUNTOS
PODEMOS
MÁS**