

OBJETIVOS

La claridad de tu visión





Día a día las personas se despiertan pensando en lo que harán antes, durante y después del trabajo. Piensan en que desean bajar de peso, ahorrar para un viaje, desarrollar proyectos personales, etc. Sin embargo, muchas de estas ideas quedan flotando en una piscina mental llena de ganas y entusiasmo, que al final no puede desbordarse hacia la realidad. Esto, por lo general, se debe a que no establecen objetivos que les permitan desarrollar acciones dentro de un tiempo estimado, priorizando y cumpliendo con lo imaginado.

Definir un objetivo puede ser, muchas veces, el punto de quiebre para que un plan se lleve a cabo de la manera más eficiente. Es decir, el paso a la acción directa establecida en un intervalo de tiempo.



Esto ocurre también en las compañías. Para formular estrategias de manera óptima, debemos tener claro que es lo que queremos, que debemos hacer, en cuanto tiempo y/o para quién. Incluso saber qué se debe hacer y qué no.

Un objetivo claro ayudará a que la organización pueda enfocar sus acciones de manera correcta, priorizando lo que es realmente importante. Además, permite que haya un control adecuado de los procedimientos que se llevan a cabo, ayudando así a que se pueda subsanar cualquier error o inconveniente.

Una compañía enfocada tiene dirección. Eso significa que las estrategias a desarrollar sabrán utilizar los recursos y alinearlos a los objetivos principales.

De número y variedad

Los objetivos, si bien deben ser claros y concisos; no deben ser demasiados, cuatro o cinco son más que suficientes. Así es fácil hacer un seguimiento adecuado del desempeño de la compañía.

En ese sentido, es necesario establecer objetivos dentro de diferentes áreas o rubros. Estos pueden estar relacionados con las ventas, la satisfacción del cliente, la rentabilidad, la satisfacción del personal, la productividad o en realidad con cualquier tema que mida de forma clara y sencilla las prioridades de la empresa. Sobre todo, estos objetivos deben ser pocos y deben mostrar claramente, en un vistazo, si se está consiguiendo o no lo planificado.



Un modelo con muchos objetivos no es sustentable; por el contrario, promete ser desordenado, evita que se pueda enfocar en lo realmente importante y no permite un seguimiento adecuado.

SMART

Los objetivos deben ser "SMART" (Doran, 1981): Específicos (Specific), Medibles (Measurable), Alcanzables (Achievable), Realistas (Realistic) y Oportunos (Time-bound).

"Específico", en otras palabras, NO se permiten generalidades. Debe definir perfectamente la expectativa. "Medible" se refiere a que claramente señala una cantidad, un número, en definitiva, que debe tener métricas claras.



Un objetivo "Alcanzable" es aquel que si bien es retador, se puede lograr. "Realista" quiere decir que considera los recursos con los que cuenta la empresa. Además, se debe lograr teniendo en cuenta los valores de la organización.

Finalmente, "Oportuno", tiene que ver con el espacio de tiempo en el que se debe lograr el objetivo, es decir, con el periodo o la fecha en la que se debe conseguir.

Objetivos de la empresa, objetivos del personal

Es muy importante que el personal de la compañía comparta y conozca los objetivos de la empresa. Estos no deben ser solo el reflejo de la Gerencia, deben ser reconocidos y aceptados por todos los colaboradores. Así, todos se sentirán identificados con ellos y se concentrarán en lograrlos.

En conclusión, un objetivo debe enfocarse a la compañía en lo que es realmente importante, debe darle una dirección y ayudarla a priorizar. No deben ser muchos para así poder realizar el seguimiento respectivo adecuadamente. Deben ser de conocimiento de toda la organización y, finalmente, deben ser SMART. De esta manera, obtendremos una eficiencia mayor en nuestra formulación estratégica.



STRATGIA

Su apoyo estratégico

www.stratgia.com

Teléfono:

(511) 364-5311

Información:

servicioalcliente@stratgia.com

