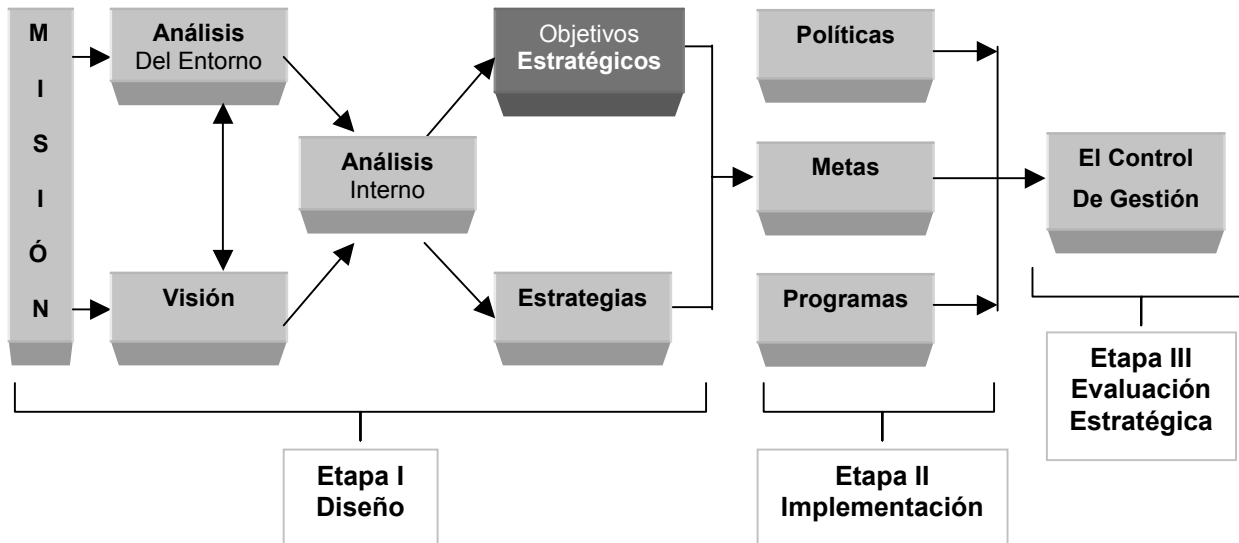


UNIDAD VI Los Objetivos Estratégicos

*“Por favor ¿me podría decir que camino debo tomar desde aquí? Eso depende a donde quieres ir”.
(Alicia en el país de las Maravillas)*



Contenidos De La Unidad

Los *Objetivos Estratégicos* son resultados específicos de mediano plazo (más de un año) que la Organización busca lograr, a través del esfuerzo intencionado, y en el contexto de los desafíos que plantea la Visión.

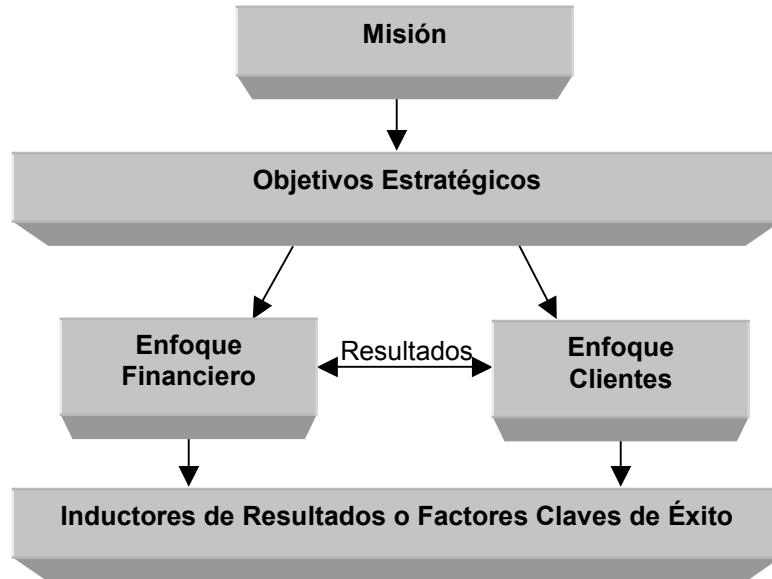
Los objetivos estratégicos son un enlace que le da coherencia a los retos organizacionales. Ya se tiene la Visión Institucional, que nos indica el estado futuro deseado, y se inicia el primer proceso de operacionalización definiendo los objetivos estratégicos, que están orientados a los dos pilares fundamentales de la Institución:

- ✚ Los clientes, satisfaciendo sus necesidades y excediendo sus expectativas. Los objetivos estarán orientados a definir el posicionamiento esperado, calidad de los servicios prestados de acuerdo a segmentación, la participación de mercado, fidelización de los clientes etc. (Ver curso de Mercadeo y Ventas)
- ✚ Las finanzas, que le permitirán a la Institución sustentabilidad en el largo plazo. Los objetivos estarán definidos con relación a Fuentes de Financiamientos (Ver curso de Diversificación de Fuentes de Financiamiento), Rentabilidad, Viabilidad y Solvencia (Ver Curso de Administración y Finanzas).

UNIDAD VI

Los Objetivos Estratégicos

Las áreas funcionales y operativas de la Institución son decisivas para el logro y por tanto se constituyen en los **Factores Claves de Éxito** o **Inductores de Resultados**.



BENCHMARKING (Identificación de brechas)

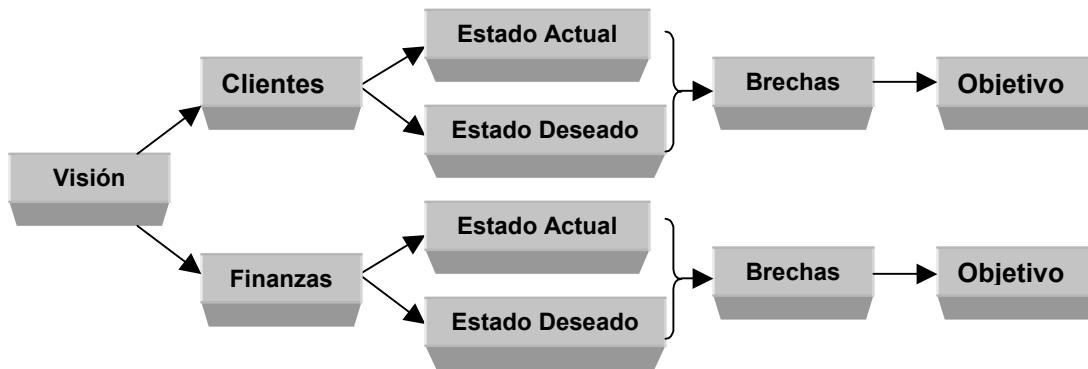
Para una mejor identificación de los objetivos estratégicos se sugiere realizar un benchmarking, como un proceso sistemático y continuo para evaluar productos, servicios y procesos de trabajo de organizaciones reconocidas como las mejores. Estas mejores prácticas podrán ser adaptadas a la Institución y contribuir a mejorar las ventajas competitivas.

- **Brechas de Resultados**, identificando las diferencias entre lo que el mercado competitivo entrega y los resultados de nuestra Institución (competitividad)
- **Brechas de Satisfacción del Cliente**: identificando entre las expectativas del cliente y lo que la institución efectivamente entrega (calidad en el servicio y efectividad).
- **Brechas de Gestión**: Identificando los resultados de las áreas funcionales de la Institución y la de los mejores de la competencia. (Eficiencia).

UNIDAD VI

Los Objetivos Estratégicos

Son las brechas, la diferencia entre un estado actual, obtenido tanto del análisis interno y del benchmarking ; y un estado deseado, definido en la visión; las cuales se podrán acortar a través de la definición de objetivos estratégicos.



Los objetivos claramente formulados y comunicados son de vital importancia para el éxito organizacional, debido a muchas razones. Primero, los objetivos dan al personal, proveedores y distribuidores una visión más clara de su papel en el futuro de la organización. Segundo. Los objetivos proporcionan coherencia en el proceso de toma de decisiones entre directivos, cuyos valores y actitudes son diferentes. Al lograr un consenso con respecto a los objetivos durante la formulación de la estrategia, puede una organización reducir al mínimo los conflictos posteriores en la ejecución.

Los objetivos presentan las prioridades de la organización. Ellos estimulan el esfuerzo y las realizaciones. Sirven como normas mediante las cuales los individuos, grupos, departamentos, divisiones y organizaciones son sometidas a la evaluación.

Sin objetivos, la organización quedaría a la deriva, sin propósitos conocidos.