

Introducción a la planificación y fijación de objetivos estratégicos

Producto como disciplina

24 de marzo

Escrito por Rebekah Monson

Una guía para alinear la planificación estratégica con la misión y valores del medio para los equipos de Producto.

La planificación y fijación de metas estratégicas funcionan como marco de trabajo organizativo y aportan contexto a nuestras tareas, lo que las ubican entre las labores más importantes de cualquier equipo. Nuestros planes estratégicos son documentos vivos que explican por qué existimos y qué tratamos de lograr. Un plan estratégico alineado con la misión de la organización ayudará a los equipos de Producto de los medios a definir sus objetivos, determinar cómo alcanzarlos e identificar quién es responsable por el trabajo. Cuando todos en el equipo tienen acceso al plan estratégico, se hace más fácil comprender cómo el trabajo individual encaja dentro de la misión, valores y objetivos del equipo.

Esta guía es un punto de partida para la planificación y fijación estratégica de objetivos para equipos de Producto en medios. Todas estas estrategias pueden implementarse en cualquier momento del trabajo. En esta guía en particular nos enfocamos en la misión y valores para establecer metas a corto y largo plazo y usamos el [marco de trabajo OKRs](#) para asegurarnos de que los objetivos estén alineados en el tiempo y entre los distintos equipos.

El marco de trabajo OKRs es un proceso simple, efectivo y popular para establecer, medir y monitorear las prioridades de negocios dentro de la organización. OKRs representa “objetivos y resultados clave” (Objective and Key Results). Un objetivo es una meta cualitativa y ambiciosa, y los resultados clave son métricas medibles que nos ayudan a entender nuestros procesos. Los OKRs se fijan primero a nivel macro (cinco, tres o un año, por ejemplo) y luego se dividen en OKRs más pequeños y realizables en períodos de tiempo más cortos (trimestres, meses o sprints). El libro [Radical Focus](#) es un ejemplo de cómo los OKRs pueden funcionar en tu equipo.



Fuente: Canva

EN LA PRÁCTICA

Usa las sugerencias y conceptos de esta sección para cultivar una cultura de Producto en tu redacción.

Define la misión y los valores










Comienza juntando a tu equipo para definir su misión y valores, la parte más importante de un plan estratégico. La misión describe el propósito que impulsa a tu equipo o la razón por la que tu equipo existe. Tu declaración de misión debe ser ambiciosa y audaz, fácil de entender, inclusiva del equipo y debe hacer referencia al impacto, no las ganancias. Los valores son los principios que guían a tu equipo. La declaración de valores suele ser entre tres y cinco palabras o frases clave que definen la cultura de tu equipo y su comportamiento. El libro [Traction](#) ofrece una guía para definir la misión (o propósito principal) y los valores de tu equipo.

Comienza a establecer metas con el modelo de Lean Canvas

Una vez definidos el objetivo y los valores, completar en conjunto un Lean Canvas puede ayudar a alinear al equipo en lo que respecta a estrategias básicas de Producto y negocio. Lean Canvas es un modelo visual que ayuda a tu equipo a analizar más de cerca un problema que está tratando de resolver, una posible solución, las métricas que hay que medir, quiénes son los usuarios y cómo contactarse con ellos, cuáles son las ventajas que tiene y los recursos que necesita y cómo generar valor. La publicación [Introduction to Lean Canvas](#) (Introducción a Lean Canvas, en español) explica la actividad.

The Business Model Canvas

Designed for: _____ Designed by: _____ Date: _____ Version: _____

Key Partners 	Key Activities 	Value Propositions 	Customer Relationships 	Customer Segments 
	Key Resources 		Channels 	
Cost Structure 		Revenue Streams 		

DESIGNED BY: Strategyzer AG
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Strategyzer
strategyzer.com

Lean Canvas de Strategyzer. (Fuente: strategyzer.com)

Comienza a lo grande, y luego desglósalo

Ahora estás listo para avanzar con la planificación estratégica. Construye tu plan estratégico del largo al corto plazo en incrementos de cinco, tres y un año, pero no te preocupes sobre adelantarte demasiado. Trabaja con tu equipo para establecer OKRs de un año y luego divídelos en trimestres, meses e incluso sprints. El trabajo gradual ayudará a tu equipo a adaptarse a medida que las condiciones cambien. Revisa los objetivos establecidos con regularidad. Recuerda: tu plan hace que todos estén enfocados y alineados y ayuda al equipo a adaptarse sin alejarse de su misión, valores y metas.

Utiliza objetivos SMARTIE para tus KR

Alinear resultados clave (KR) es más fácil cuando se escriben como objetivos SMARTIE (strategic, measurable, ambitious, realistic, time-bound, inclusive, equitable - estratégico, medible, ambicioso, realista, de tiempo limitado, inclusivo, equitativo, en español). A continuación encontrarás algunas preguntas para ayudarte a evaluar tus KR.

- **Estratégico:** ¿Cómo se relaciona el resultado con tus prioridades?
- **Medible:** ¿Cómo sabremos si alcanzamos el resultado?
- **Ambicioso:** ¿Cómo hará el resultado para llevar nuestra organización o producto al siguiente nivel?


- **Realista:** ¿Es posible alcanzar el resultado, dados nuestros recursos?
- **De tiempo limitado:** ¿Cuándo alcanzaremos este resultado?
- **Inclusivo:** ¿Cómo hará este resultado para compartir el poder con las personas que suelen ser marginalizadas?
- **Equitativo:** ¿Cómo hará el resultado para abordar la injusticia, desigualdad y opresión sistémica?

Develop SMARTIE Goals

Goals are critical to success! To improve diversity, equity and inclusion, we must be intentional in our efforts. Use this worksheet to craft SMARTIE goals!

SMARTIE Framework by the Management Center
<http://www.managementcenter.org/resources/smartie-goals-worksheet>

SPECIFIC	MEASURABLE	ACTION-ORIENTED	RELEVANT	TIME-BOUND	INCLUSIVE	EQUITABLE
What is it you want to achieve? Consider including the 5Ws: what, why, who, where and when.	How will you know when you have achieved your goal? To be able to track progress and to measure the result of your goal, consider: how much or how many?	To keep you motivated toward attaining your goal, are there identifiable intermediate actions/milestones? <small>Variations: achievable, attainable, acceptable.</small>	What results can realistically be achieved given your available resources, including people, knowledge, money and time? <small>Variation: realistic.</small>	What is an appropriate deadline for achieving your goal? How will you track progress?	How will you include traditionally marginalized people into processes, activities, and decision making in a way that shares power?	How will you include an element of fairness or justice that seeks to address systemic injustice, inequity, or oppression?
1						
2						
3						


info@engineerinclusion.com

Aspira a una persona, un objetivo

Tomar responsabilidad es crucial para alcanzar nuestra misión. Una de las mejores formas de ayudar a los equipos a mantener el rumbo es asignarle la responsabilidad de un resultado a una persona para asegurarte de que ese objetivo sea su foco central durante ese tiempo. Cada persona debería tener un solo objetivo dentro de un período de tiempo (por ejemplo, un resultado clave anual, un resultado clave trimestral, un resultado clave mensual, etc.), así puede priorizar su trabajo y mantenerse enfocada.

Establece un ritmo

Tu plan estratégico es un documento vivo para usar y mantener actualizado. Los miembros del equipo deben reportar sobre el progreso de los OKRs con regularidad y en un formato transparente y accesible. Esto te ayudará a identificar desafíos con anticipación, cambiar recursos cuando sea necesario e iterar planes para mantener el progreso de los objetivos. Monitorea los OKRs en tu plataforma de gestión de proyectos o una hoja de cálculo que todos puedan ver y actualizar. Al final de un periodo de tiempo de los OKRs, ten una reunión retrospectiva con tu equipo para reportar el progreso final, identificar los desafíos a abordar y definir el próximo conjunto de OKRs juntos.

TÉRMINOS

Las definiciones de términos de productos usadas en esta guía fueron citadas del [glosario público de Producto de la NPA](#).

Jefe de proyecto

La persona que lidera la planeación, ejecución y supervisión del proyecto, desde el desarrollo hasta el lanzamiento y cierre. Esta persona suele coordinar varios equipos y crea objetivos claros y realizables en el tiempo requerido.

Retrospectiva

Una mirada retrospectiva organizada y colaborativa al proceso de un producto. En una retrospectiva, el equipo responde preguntas comunes, como: ¿qué funcionó, qué no, qué podríamos hacer diferente la próxima vez?

Sprint, o meta a corto plazo

Un periodo de tiempo específico donde un equipo trabaja para completar una cantidad determinada de tareas; es normal en estilos ágiles de desarrollo.

Sobre esta guía

Product Kit es un catálogo en crecimiento de guías de Producto creadas por la comunidad para las organizaciones de noticias y desarrolladas por Jessica Morrison en colaboración con [News Catalyst](#) y [News Product Alliance](#). **Con apoyo de Knight-Lenfest Local News Transformation Fund.**

Edición de **Jessica Morrison, Heather Bryant** y **Feli Carrique**.

Gestión del proyecto y producción de **Madison Karas**.

Traducción al español realizada por SembraMedia.

