

Módulo 2. Fijar metas y objetivos estratégicos



☰ **Introducción**

☰ **Unidad 1.1 La importancia de fijar metas claras**

☰ **Unidad 1.2 Transformar metas en objetivos**

☰ **Referencias**

☰ **Descarga**

Introducción

Definir metas claras es un paso fundamental en la planificación estratégica para organizaciones deportivas. Las metas bien definidas orientan, enfocan y otorgan propósito a una organización, y coordinan los esfuerzos hacia un objetivo común. En este módulo, analizaremos la importancia de fijar metas y objetivos claros para las organizaciones deportivas, y veremos algunos ejemplos de las metas estratégicas más habituales que estas organizaciones persiguen. También abordaremos el proceso para convertir esas metas en objetivos medibles a través del método SMART. Es clave entender estos conceptos para desarrollar planes estratégicos efectivos y alcanzar el éxito a largo plazo en el ámbito competitivo del deporte.

Estamos en la tercera fase del proceso: metas y objetivos estratégicos. Comienza por definir las metas y luego conviértelas en objetivos.

Figura 1. Proceso de planificación estratégica: metas y objetivos estratégicos

STRATEGIC PLANNING 5 STEPS METHODOLOGY, STRATEGIC GOALS & OBJECTIVES



Fuente: elaboración propia.

METODOLOGÍA DE LOS CINCO PASOS PARA LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	
ORGANIZACIONES DEPORTIVAS	<p>ANÁLISIS DE SITUACIÓN</p> <p>Emplea diversas herramientas para reconocer quiénes somos y el entorno en el que operamos.</p> <p>VISIÓN, MISIÓN Y VALORES</p> <p>Nos permite identificar nuestra identidad, hacia dónde queremos dirigirnos y cuál es nuestro ADN.</p>

METAS Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Convertimos nuestras intenciones en entre 4 y 6 metas generales, y cada una de estas se desglosa en entre 4 y 7 objetivos específicos.

PLAN DE ACCIÓN Y PRESUPUESTO

Los objetivos y metas se concretan en un plan de acción bien definido.

COMUNICACIÓN Y SUPERVISIÓN

Presentamos el plan a los grupos de interés, implementamos un sistema de supervisión y hacemos los ajustes necesarios según las circunstancias.

CONTINUAR

Unidad 1.1 La importancia de fijar metas claras

Establecer metas claras es fundamental para el éxito de cualquier organización. Estas metas orientan y dan propósito, y ayudan a coordinar los esfuerzos de toda la organización hacia un objetivo común.

Aquí te presentamos algunas razones por las cuales es fundamental fijar metas claras:

- **Enfoque:** las metas bien definidas permiten que la organización centre sus esfuerzos en resultados concretos. Cuando tienen un destino claro, el personal puede priorizar mejor sus tareas para estar en sintonía con los objetivos organizacionales.
- **Motivación:** las metas proporcionan a los empleados un sentido de propósito y los motivan. Cuando el personal tiene un destino claro, es más probable que se sientan comprometidos y motivados en

1 of 1

En su libro *Safari a la estrategia*, Mintzberg et al. (2009) afirman que tener metas claras, ya sea para toda la organización o para áreas específicas, aporta la dirección necesaria para formular y ejecutar las estrategias. También señalan que no se debe subestimar la importancia de establecer metas claras (Mintzberg et al., 2009). Las metas son la base de toda estrategia; sin ellas, la estrategia puede fallar o incluso resultar perjudicial. Además, los autores destacan que una de las funciones más importantes

de los altos cargos directivos es establecer metas claras y comunicarlas de manera eficaz a todos los miembros de la organización (Mintzberg et al., 2009).

Metas estratégicas comunes

Las metas estratégicas son esenciales porque aportan a las organizaciones la dirección, el enfoque y el propósito que necesitan. A continuación, veremos algunos ejemplos de metas estratégicas que una empresa puede plantearse:

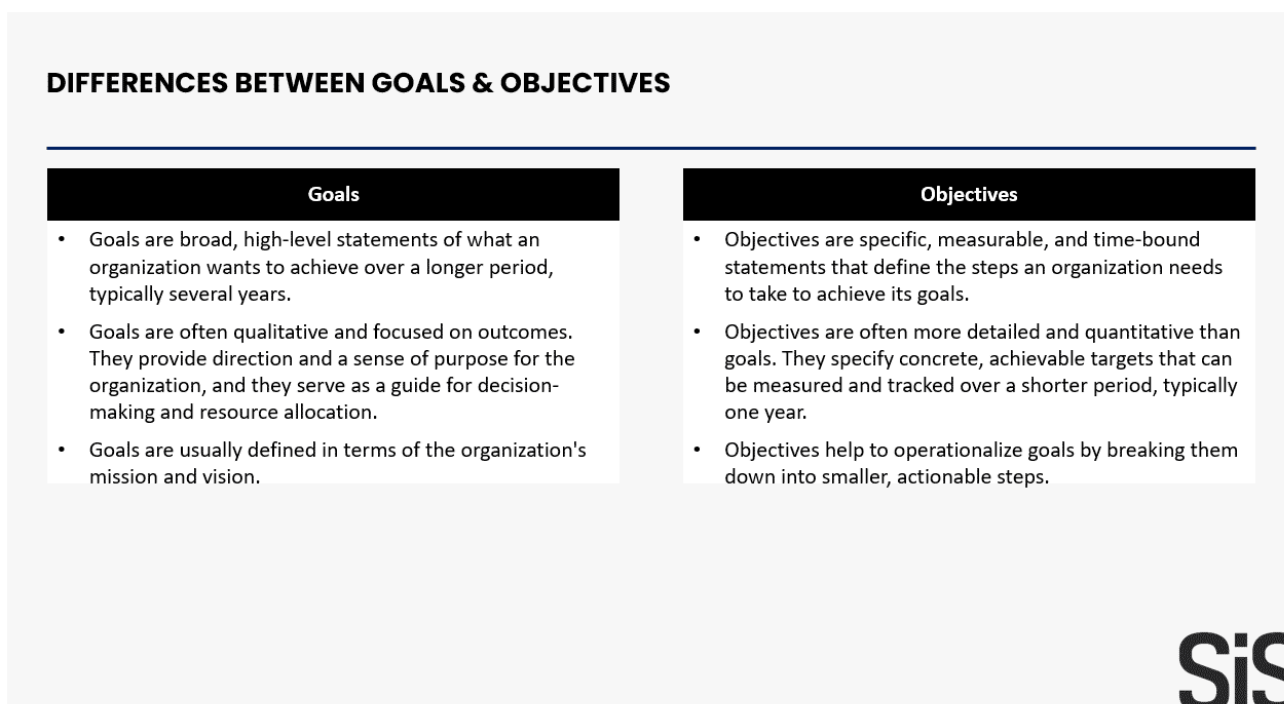
- **Aumentar los ingresos:** una empresa puede fijarse como meta aumentar sus ingresos en un porcentaje específico en los próximos años. Esto se puede lograr a través de diversas estrategias, como expandirse a nuevos mercados, desarrollar nuevos productos o aumentar las ventas a clientes actuales.
- **Mejorar la satisfacción del cliente:** otra meta estratégica puede ser incrementar la satisfacción del cliente en un porcentaje determinado en el plazo de uno o dos años. Esto se podría lograr mejorando el servicio al cliente, ofreciendo productos personalizados o implementando nuevas tecnologías para mejorar la experiencia del usuario.
- **Ampliar la cuota de mercado:** una empresa puede proponerse como meta aumentar su participación en un mercado o región geográfica específica. Esto se puede lograr mediante adquisiciones, asociaciones o alianzas estratégicas.
- **Mejorar el compromiso del personal:** otra meta estratégica puede ser aumentar el compromiso de los empleados mejorando el entorno laboral, ofreciendo más oportunidades de desarrollo o implementando horarios flexibles.
- **Aumentar la eficiencia operativa:** una empresa puede fijarse como meta mejorar la eficiencia operativa mediante la reducción de costos, la optimización de procesos o con tecnologías que automaticen el flujo de trabajo.
- **Desarrollar nuevos productos o servicios:** una empresa puede proponerse como meta desarrollar productos o servicios que respondan a las necesidades cambiantes de los clientes o que aprovechen las tendencias emergentes del mercado.
- **Expandirse a nuevos mercados:** otra meta estratégica puede ser expandirse a nuevos mercados lanzando productos o entrando a nuevas regiones.
- **Mejorar la gestión:** una meta estratégica enfocada en mejorar la gestión busca aumentar la efectividad, la transparencia y la responsabilidad en la toma de decisiones y la administración de la organización. Esta meta puede incluir iniciativas que aseguren que la organización se gestione de manera ética y

responsable. Para ellos se puede apuntar a fortalecer las políticas, mejorar la transparencia, rendir cuentas, implementar mecanismos de supervisión y desarrollar las capacidades de los equipos.

Diferencias entre metas y objetivos

Definir metas y objetivos claros es un paso fundamental en cualquier plan estratégico. Son componentes esenciales del mismo plan, pero tienen funciones y características distintas. La siguiente figura resume las diferencias.

Figura 2. Diferencias entre metas y objetivos



Fuente: elaboración propia.

Diferencias entre metas y objetivos.

Metas	Objetivos
<ul style="list-style-type: none"> · Las metas son declaraciones generales que describen aquello que una organización desea lograr a largo plazo, generalmente unos siete años. · Las metas suelen ser cualitativas y enfocadas en los resultados. Aportan dirección y sentido de propósito para la organización, y sirven como guía para la toma de decisiones y la asignación de recursos. · Las metas generalmente se definen de acuerdo con la misión y la visión de la organización. 	<ul style="list-style-type: none"> · Los objetivos son declaraciones específicas, medibles y con un tiempo determinado, y definen los pasos que una organización necesita dar para alcanzar sus metas. · Los objetivos suelen ser más detallados y cuantitativos que las metas. Especifican destinos concretos, alcanzables, y que se pueden medir y registrar en un período corto de tiempo, típicamente de un año. · Los objetivos ayudan a concretar las metas, ya que las divide en pasos más pequeños y accionables.

Tener metas y objetivos claros es crucial para el éxito de cualquier plan estratégico. Las metas aportan dirección y propósito a la organización, mientras que los objetivos son pasos específicos y medibles para alcanzarlas. Ambas son igualmente importantes. Las metas son más amplias y cualitativas, y los objetivos son más específicos, cuantitativos y temporales. Cuando se comprende la diferencia, las organizaciones pueden desglosar su plan estratégico en acciones concretas y facilitar el seguimiento del progreso hacia el éxito. Es esencial combinar metas y objetivos claros para lograr un crecimiento sostenible y el éxito a largo plazo.

Metas estratégicas en las organizaciones deportivas

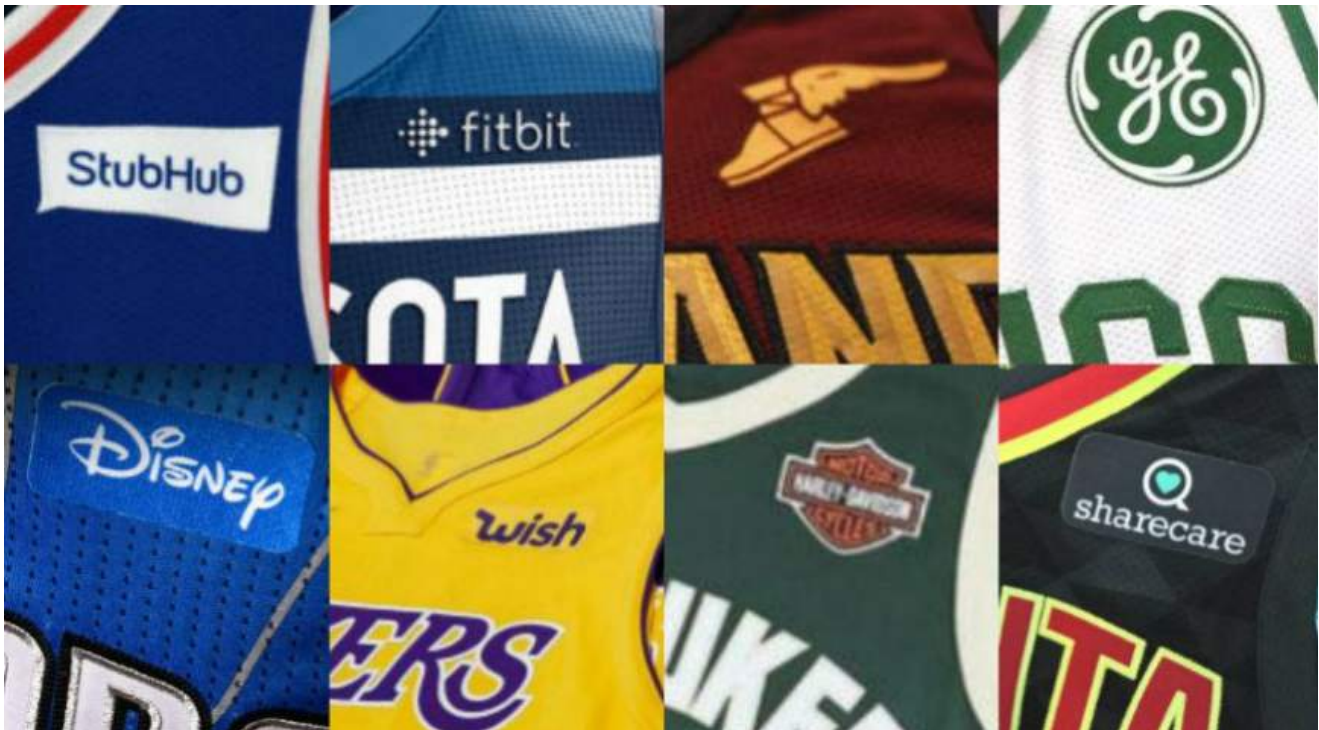
Las metas estratégicas en las organizaciones deportivas varían según las prioridades que cada una tenga, pero algunos ejemplos frecuentes incluyen:

- **Diversificar las fuentes de ingresos.** Este suele ser uno de las prioridades principales de las organizaciones deportivas. Pueden apuntar a aumentar los ingresos a través de patrocinios, la venta de *merchandise* y los acuerdos de licencias.

En 2017, la Asociación Nacional de Baloncesto (NBA) anunció que comenzaría a vender espacio publicitario en sus camisetas. Este cambio marcó una ruptura con la política anterior de la NBA de no permitir logotipos corporativos en los uniformes de los equipos. La nueva normativa permitió que los equipos vendan un pequeño espacio en el frente de las camisetas, que fuera visible tanto en la arena como en las transmisiones televisivas (NBA, 2017).

Varios equipos de la NBA ya han firmado acuerdos con empresas para exhibir los logotipos en las camisetas. Por ejemplo, los Cleveland Cavaliers firmaron un contrato de tres años con Goodyear, y los Boston Celtics hicieron lo propio con General Electric. La venta de espacios publicitarios en las camisetas significa una nueva fuente de ingresos para la NBA (NBA, 2017).

Figura 3. Patrocinadores en las camisetas



Fuente: [Imagen sin título de patrocinadores en las camisetas], (s.f.), <https://bit.ly/458KkzE>.

- **Aumentar la vinculación con los fans:** muchas organizaciones deportivas se fijan como meta estratégica aumentar la vinculación con los fans a través de campañas en redes sociales, eventos y experiencias personalizadas.

En 2019, la NFL lanzó una nueva aplicación llamada Game Pass, que ofrecía a los aficionados acceso a juegos en vivo y bajo demanda, además de contenido exclusivo como entrevistas, resúmenes y documentales. Una de las características clave de la aplicación es que permite a los aficionados seguir a sus jugadores y equipos favoritos en tiempo real a través de notificaciones personalizadas sobre estadísticas, lesiones y resultados (NFL, 2019).

La aplicación también lanzó una nueva función interactiva llamada NFL Pick'em, donde los aficionados podían predecir los resultados de los partidos y competir entre ellos por premios y reconocimiento. Con estas nuevas funciones, la NFL logró aumentar la vinculación con los fans y ofrecerles una experiencia más inmersiva y personalizada. La aplicación se volvió muy popular y

ayudó a la NFL a atraer y retener a una nueva generación de aficionados que buscaban una experiencia más interactiva y entretenida.

- **Expandirse a nuevos mercados:** las organizaciones deportivas pueden tener como meta ingresar a nuevos mercados o regiones para llegar a nuevas audiencias y aumentar los ingresos.

En 2019, la NBA anunció sus planes para crear una liga profesional de baloncesto en África, en colaboración con la Federación Internacional de Baloncesto (FIBA). La nueva liga, llamada Basketball Africa League (BAL), incluyó a doce equipos de todo el continente y fue la primera vez que la NBA estableció una liga fuera de América del Norte (Basketball Africa League [BAL], 2019).

Para promocionar la liga y ampliar su alcance en África, la NBA y la FIBA lanzaron un programa de desarrollo comunitario llamado Baloncesto Sin Fronteras África, que brindó entrenamiento y mentoría a jóvenes jugadores de baloncesto de la mano de jugadores y entrenadores de la NBA. La NBA también se asoció con empresas locales y medios de comunicación para promocionar la liga y aumentar la visibilidad en todo el continente. Además, como parte de la estrategia, la liga contrató a ejecutivos y personal africanos para asegurar que la gestión de la liga respetara y reflejara las culturas y los valores locales.

Con esta expansión en África, la NBA pudo aprovechar un mercado creciente de fans y jugadores de baloncesto, y a la vez, fomentar el desarrollo del deporte en la región. Esta movida fue vista como una estrategia inteligente por parte de la NBA, que tiene una larga trayectoria en expandir con éxito su marca y su base de fans a nuevos mercados globales.

Figura 4. Basketball Africa League



Fuente: [Imagen sin título de la Basketball Africa League], (s.f.), <https://bit.ly/43lixEY>.

- **Mejorar el rendimiento de los deportistas:** las organizaciones deportivas pueden tener como objetivo mejorar el rendimiento de los deportistas mediante la inversión en entrenamiento, nutrición y tecnología.

El Comité Olímpico y Paralímpico de Estados Unidos (USOPC, 2019) cuenta con un sólido programa de alto rendimiento que apoya a los deportistas estadounidenses en su camino al éxito olímpico y paralímpico. Este programa le ofrece a los deportistas acceso a entrenadores de primer nivel, especialistas en medicina y ciencias del deporte, instalaciones de última generación y otros recursos para mejorar su rendimiento (USOPC, 2019).

Un ejemplo del esfuerzo del USOPC por mejorar el rendimiento de los deportistas es la adopción del análisis de datos para ayudarles a optimizar su desempeño. El Laboratorio de Innovación del USOPC, ubicado en Colorado Springs, combina la tecnología avanzada y el análisis de datos para estudiar los movimientos de los deportistas y brindarles *feedback* sobre cómo optimizar la técnica y el entrenamiento.

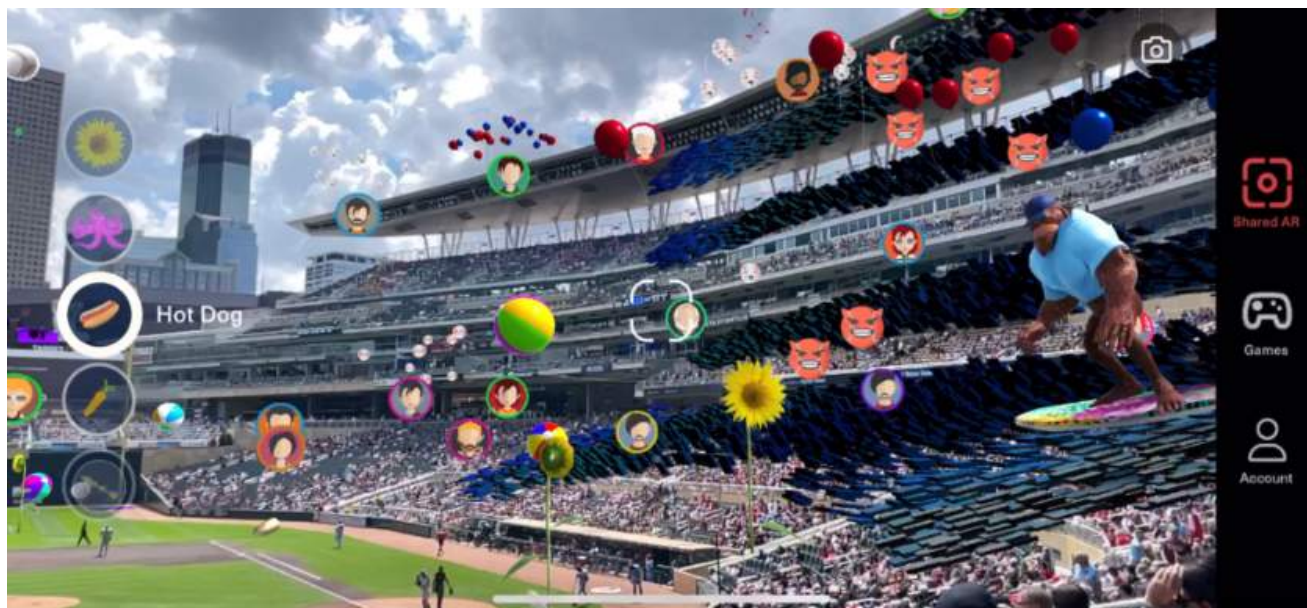
En una entrevista con Finbarr Kirwan, vicepresidente sénior y jefe del USOPC, en el pódcast SiS Master, destacó la importancia de tener buenos profesionales en el equipo de entrenadores: "Lo que sucede cuando se juntan buenos entrenadores y buenos deportistas es mágico". (Kirwan, 2023, 44m58s).

- **Mejorar la experiencia en el estadios o las instalaciones:** las organizaciones deportivas pueden mejorar la experiencia de los fans ofreciendo mayor tecnología y mejores comodidades e infraestructura.

En 2022, los Minnesota Twins, una franquicia de la Grandes Ligas de Béisbol (MLB), lanzaron junto a ARound, la primera plataforma compartida de realidad aumentada (AR) en su estadio en Target Field, Minneapolis. La plataforma permite que los asistentes jueguen, vean los mismos efectos 3D en tiempo real, desbloqueen contenido único relacionado con lo que sucede en el campo y disfruten de juegos virtuales en grupo el día del partido en Target Field (Major League Baseball [MLB], 2022).

Los fans pueden ver e interactuar con contenido en tiempo real relacionado con la acción en el campo después de jonrones, durante las carreras de mascotas o cuando los Twins salen al campo. En lugar de escapar a la realidad en el metaverso, ARound está diseñado para aumentarla, ya que agrega gráficos, juegos, datos e interacción a una experiencia en vivo en un espacio físico.

Figura 5. ARound



Fuente: [Imagen sin título de ARound], (s.f.), <https://bit.ly/2QWo15Y>.

- **Garantizar una gestión moderna:** la meta de garantizar una gestión moderna en una organización deportiva implica adoptar mejores prácticas y mejores procedimientos para asegurar una gestión efectiva, transparente y basada en principios éticos.

El Comité Olímpico Internacional (COI, 2020) anunció en 2020 una serie de reformas de gestión orientadas a fortalecer la transparencia, la responsabilidad y los estándares éticos en todo el Movimiento Olímpico. Una de las reformas clave fue la creación de un organismo independiente llamado la Línea Directa de Integridad y Cumplimiento del COI. Esta línea directa permite que cualquier persona pueda denunciar presuntas violaciones de principios éticos u otras conductas indebidas relacionadas con los Juegos Olímpicos o el Movimiento Olímpico (COI, 2020).

El COI (2020) también introdujo un nuevo código de ética que describe los principios y los valores que deben respetar todos los miembros del Movimiento Olímpico. Este código de ética incluye disposiciones sobre integridad, respeto, responsabilidad y transparencia. Para asegurar que estas reformas se implementen de manera efectiva, el COI creó la oficina de Ética y Cumplimiento, que se encarga de promover y hacer cumplir los nuevos estándares y directrices.

- **Fomentar el compromiso con la comunidad:** muchas organizaciones deportivas buscan tener un mayor impacto y aumentar su compromiso con la comunidad a través de iniciativas locales, eventos benéficos y colaborando con organizaciones sin fines de lucro.

La Fundación LA Dodgers (LADF, 2023) tiene como misión mejorar la educación, la atención médica, la situación de las personas sin hogar y la justicia social en la comunidad de Los Ángeles. La fundación utiliza el poder del béisbol para crear oportunidades y transformar la vida de las personas en la comunidad.

Una de las formas en que la LADF fortalece su compromiso con la comunidad es a través de su programa Dodgers RBI. Este programa ofrece instrucción gratuita de béisbol y sóftbol y apoyo académico a más de 10 000 jóvenes en el área de Los Ángeles (LADF, 2023).

Además, la LADF colabora con organizaciones locales para abordar algunos de los problemas más urgentes que enfrenta la comunidad. Por ejemplo, la fundación se ha asociado con las autoridades de Servicios para Personas sin Hogar de Los Ángeles para ofrecer servicios y apoyo a personas sin hogar en la ciudad.

Figura 6. Fundación LA Dodgers



Fuente: [imagen sin título de la LA Dodgers Foundation], (s.f.), <https://bit.ly/3QiAzdG>.

Figura 7. La importancia de fijar metas claras

THE IMPORTANCE FOR SPORTS ORGANIZATIONS OF DEFINING CLEAR GOALS

Reasons why defining clear goals is essential

- **Focus:** Clear goals help to focus the efforts of the organization towards specific outcomes.
- **Motivation:** They provide employees with a sense of purpose and motivation.
- **Clarity:** Goals help to clarify what success looks like for the organization.
- **Measurement:** Goals provide a basis for measuring the performance of the organization. Define SMART goals.
- **Accountability:** Create accountability for everyone in the organization.
- **Alignment:** They help to align the efforts of everyone in the organization towards a common objective.

Strategic goals by sports organizations

- Increase revenue streams.
- Increase fan engagement.
- Expand into new markets.
- Improve athlete performance.
- Enhance stadium or venue experience.
- Ensure modern governance.
- Enhance community engagement.

SIS

Fuente: elaboración propia.

LA IMPORTANCIA DE FIJAR METAS CLARAS

<p>Razones por las cuales es fundamental definir metas claras</p>	<p>Metas estratégicas de las organizaciones deportivas</p>
<p>Dirección: Las metas claras ayudan a dirigir los esfuerzos de la organización hacia resultados específicos.</p> <p>Motivación: Proporcionan al personal un sentido de propósito y motivación.</p>	<p>Diversificar las fuentes de ingresos</p> <p>Aumentar la vinculación con los fans.</p>

Claridad: Las metas ayudan a definir lo que significa el éxito para la organización.

Medición: Las metas establecen una base para medir el desempeño de la organización. Definir metas SMART.

Responsabilidad: Promueven la responsabilidad en todos los niveles de la organización.

Coordinación: Ayudan a coordinar los esfuerzos de todos en la organización hacia un objetivo común.

Expandirse a nuevos mercados.

Mejorar el rendimiento de los deportistas.

Mejorar la experiencia en el estadio o las instalaciones.

Garantizar una gestión moderna.

Fomentar el compromiso con la comunidad

¿Cómo fija sus metas una organización?

El proceso de planificación estratégica incluye evaluar el estado actual de la organización, identificar fortalezas y debilidades, analizar el entorno externo y establecer objetivos que representen la misión, visión y valores de la organización. Estos pasos se describen en la figura Pasos del proceso para fijar de objetivos en una organización deportiva.

Durante el proceso para fijar objetivos, la organización debe involucrar a los grupos de interés y asegurar que sus objetivos estén alineados con los valores y las metas estratégicas a largo plazo. Siguiendo estos pasos, una organización puede definir objetivos claros y convincentes que guíen sus actividades y la ayuden a tener éxito

[CONTINUAR](#)

Unidad 1.2 Transformar metas en objetivos

Johnson y Suskewicz (2020) afirman que los objetivos deben ser específicos, medibles y con un plazo definido, con destinos e hitos de progreso claros. Deben reflejar la visión y el propósito general de la organización y deben apoyar sus metas a largo plazo. También señalan que los objetivos se deben comunicar con claridad a todos los miembros de la organización. Así, todos podrán entender lo que se espera de ellos y su contribución a las metas generales (Johnson y Suskewicz, 2020).

Fijar los objetivos

En una organización, las metas proporcionan la dirección general y la visión de lo que se quiere lograr. Por su parte, los objetivos son destinos específicos, medibles y con un plazo definido que ayudan a alcanzar las metas de la organización. Para transformar metas en objetivos, se pueden seguir los pasos que se resumen en la siguiente figura.

Figura 8. Pasos para transformar metas en objetivos

STEPS TO FOLLOW TO TRANSFORM GOALS INTO OBJECTIVES

1. Identify the specific areas of the organization that need improvement or change to achieve the goal.

2. Break down the goal into smaller, more manageable objectives that align with the identified areas of improvement.

3. Ensure that each objective is specific, measurable, achievable, relevant, and time-bound (SMART).

4. Assign responsibility for achieving each objective to a specific person or team.

5. Develop an action plan that outlines the steps needed to achieve each objective.

6. Set milestones and regularly review progress to ensure the objectives are met.



Fuente: elaboración propia.

PASOS PARA TRANSFORMAR METAS EN OBJETIVOS

1. Identificar las áreas específicas de la organización que necesitan mejorar o cambiar para lograr la meta.

2. Dividir la meta en objetivos más pequeños y manejables que se alineen con las áreas de mejora identificadas.

3. Asegurarse de que cada objetivo sea específico, medible, alcanzable, relevante y con un tiempo determinado (SMART).

4. Asignar la responsabilidad de cada objetivo a una persona o equipo específico.

5. Desarrollar un plan de acción que detalle los pasos necesarios para alcanzar cada objetivo.

6. Establecer hitos y revisar regularmente el progreso para asegurar que los objetivos se cumplan.

Cuando las metas se convierten en objetivos medibles, se puede crear un plan claro para alcanzar la visión de la organización y asegurar que todos trabajen hacia el mismo destino.

Objetivos SMART

Para cada meta, la organización debería definir entre cuatro y seis objetivos, los cuales se convertirán en el planes de acción. La siguiente figura muestra lo que implica la creación de objetivos SMART.

Figura 9. Objetivos SMART

SMART OBJECTIVES	
For each of the goals, an organization shall look for 4 to 6 objectives, each of them to be then transformed into an action plan.	
Specific	The objective should be specific and clearly defined. The objective should be focused and well-defined.
Measurable	It should be measurable so that progress towards the objective can be tracked and evaluated.
Achievable	It should be achievable and realistic given the resources and capabilities of the organization
Relevant	The objective should be relevant to the organization's mission, vision, and strategic priorities
Time-bound	It should be time-bound, with a specific deadline or timeline for achievement.

Sis

Fuente: elaboración propia.

OBJETIVOS SMART

Para cada una de las metas, una organización debe buscar de 4 a 6 objetivos, cada uno de ellos luego se transformará en un plan de acción.	
Específicas	El objetivo debe ser específico y debe estar definido con claridad. El objetivo debe estar enfocado y bien definido.
Medible	Debe ser medible para que el progreso se pueda registrar y evaluar.
Alcanzable	Debe ser alcanzable y realista según las capacidades y los recursos de la organización.
Relevante	El objetivo debe ser relevante para la misión, la visión y las prioridades estratégicas de la organización.
Con un tiempo determinado	Debe tener un tiempo determinado, con una fecha o un plazo específico para su cumplimiento.

Para crear objetivos SMART, la organización debe empezar por identificar el objetivo específico que desea alcanzar. Este objetivo se debe redactar de forma clara, concisa y medible. Luego, la organización debe evaluar si el objetivo cumple con los criterios SMART. Si el objetivo no cumple con los criterios, es conveniente revisarlos y modificarlos. Una vez que la organización tenga un conjunto de objetivos SMART, debe desarrollar el plan de acción para cada uno y monitorear regularmente el progreso. Siguiendo estos pasos, la organización puede garantizar que sus objetivos sean específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un plazo definido, lo que ayuda a alcanzar sus metas más amplias.

EJEMPLO DE UN OBJETIVO SMART Y UN OBJETIVO NO SMART EN UNA ORGANIZACIÓN DEPORTIVA

Objetivo SMART: Aumentar la venta de entradas en un 15 % en la próxima temporada a través de una campaña de *marketing* digital dirigida a una audiencia más amplia y beneficios exclusivos a los abonados que nos recomiende a un amigo.

Este objetivo es SMART porque es específico (aumentar la venta de entradas en un 15 %); es medible (se puede seguir la venta de entradas y el porcentaje de aumento); es alcanzable (a través de una campaña de *marketing* digital y un programa de recomendación); es relevante (el aumento de ventas incrementará los ingresos); y tiene un plazo definido (para la próxima temporada).

Objetivo no SMART: Hacer que el equipo sea más popular.

Este objetivo no es SMART porque no es específico (¿qué significa “más popular?”); no es medible (¿cómo se mide la popularidad?); no es alcanzable (no presenta un plan claro para lograrlo); no es relevante (no se relaciona claramente con ninguna meta u objetivo relevante); ni tiene un plazo definido.

Establecer objetivos SMART es crucial para que las metas de la organización sean claras, alcanzables y medibles. Resalta la importancia de definir objetivos SMART para asegurar el éxito y que los coordinar los esfuerzos para alcanzar resultados significativos. El ejemplo de aumentar las ventas de entradas en un 15 % para la próxima temporada es SMART porque cumple con todos los criterios: es específico, medible, alcanzable, relevante, y tiene un plazo definido. Por otro lado, el objetivo no SMART de hacer que el equipo sea más popular carece de claridad y no ofrece un plan o estrategia clara.

Objetivos comunes en organizaciones deportivas

Los objetivos de las organizaciones deportivas pueden variar según de qué organización se trate y cuáles sean sus metas. Aquí presentamos algunos objetivos que estas organizaciones se suelen fijar:

Masificación del deporte

Aumentar la masificación de un deporte implica incrementar las tasas de participación y motivar a más personas a involucrarse. Veamos algunas formas de aumentar la masificación:

- **Crear un ambiente cálido:** un ambiente acogedor puede lograr que los miembros nuevos aumenten su participación. Esto se podría lograr ofreciendo programas accesibles para principiantes, proporcionando información clara sobre cómo empezar y haciendo que el deporte sea accesible a personas de dietetas

Mejorar el alto rendimiento

Mejorar el alto rendimiento en los deportes implica optimizar los programas de entrenamiento y desarrollo para que los deportistas alcancen su máximo potencial. Veamos algunas formas de mejorar el alto rendimiento:

- **Establecer metas claras:** definir metas claras y medibles para que los deportistas y los equipos enfoquen sus esfuerzos y puedan seguir su progreso. Estas metas deben reflejar la misión y la visión de la organización, y deben ser específicas, medibles, alcanzables, relevantes y con un

Mejorar los sistemas de competencia

Mejorar el sistema de competencia de una organización deportiva implica elevar la calidad, promover la imparcialidad y fomentar el entusiasmo en las competencias. Veamos algunas formas de mejorar el sistema de competencias.

- **Evaluar el sistema actual:** realizar una evaluación exhaustiva del sistema de competencia actual para identificar las fortalezas y las debilidades. Esto implica recopilar opiniones de deportistas, entrenadores y fans, analizar los datos de los resultados de las competencias y

Figura 10. FIFA



Fuente: [Imagen sin título de la FIFA], (s.f.), <https://bit.ly/30df7V6>.

Aumentar los ingresos

Se puede aumentar los ingresos de una organización deportiva a través de diversas estrategias. Veamos algunas formas de hacerlo:

- **Aumentar los derechos de transmisión.** Los derechos de transmisión son una de las principales fuentes de ingresos para las organizaciones deportivas más grandes. Conoce bien las tendencias del mercado y los plazos de los contratos vigentes y así podrás definir estrategias para optimizar los ingresos a tiempo.

Sostenibilidad financiera en una organización deportiva

Asegurar la sostenibilidad financiera en una organización deportiva requiere adoptar un enfoque estratégico y proactivo. Veamos algunas formas de hacerlo:

- **Diversificar las fuentes de ingresos:** Una de las claves fundamentales para asegurar la sostenibilidad financiera es diversificar las fuentes de ingresos más allá de la venta de entradas. Puedes formar nuevas sociedades, expandir la

2 of 3

Adoptar una gestión moderna

Adoptar una gestión moderna en una organización deportiva implica comprometerse a aplicar las mejores prácticas para administrar la organización de manera eficiente, transparente y ética. Veamos algunas maneras de hacerlo:

- Desarrollar e implementar políticas y procedimientos claros, que abarquen todos los aspectos de la gestión, tales como la resolución de los conflictos de interés, la gestión de riesgos y la transparencia financiera.

3 of 3

Conclusión

En resumen, establecer metas claras es fundamental para el éxito de cualquier organización. Las metas brindan enfoque, motivación, claridad, criterios de medición, responsabilidad y alineación, lo cual es clave para el éxito organizacional. Las metas son declaraciones generales que describen aquello que una organización desea lograr a largo plazo, mientras que los objetivos son más

específicos, medibles y delimitados en el tiempo, e incluyen los pasos necesarios para alcanzarlos. Las organizaciones deportivas enfrentan varios desafíos que requieren una planificación y una gestión cuidadosa: mantener la sostenibilidad financiera, atraer y retener aficionados, gestionar las relaciones con los jugadores, manejar los riesgos de seguridad, etc.

Hemos destacado la importancia de transformar las metas en objetivos. También remarcamos que los objetivos deben ser específicos, medibles, con plazos e hitos de progreso bien definidos, y deben reflejar la visión y el propósito de la organización.

Para transformar metas en objetivos específicos y medibles, sugerimos identificar las áreas para mejora, dividir la meta en objetivos más pequeños, hacer que cada objetivo sea SMART, asignar responsabilidades a personas o equipos, desarrollar un plan de acción, fijar hitos de progreso y revisar el progreso regularmente.

Además, presentamos algunos de los objetivos comunes de las organizaciones deportivas, y resaltamos que pueden variar según las características y las metas de cada organización.

Estudios de caso

Para concluir este módulo, veremos a modo de ejemplo los objetivos estratégicos de la FIBA (2019) y de la UEFA Women (2019), y analizaremos sus declaraciones de visión y misión.

Objetivos estratégicos de la FIBA 2019-2027

Este documento presenta la visión, la misión y los objetivos estratégicos de la organización. Veamos análisis de estos elementos (FIBA, 2019):

Visión: La visión de la FIBA es convertir al baloncesto en el deporte más popular del mundo. Esta visión es clara y ambiciosa, y refleja la intención de la FIBA de expandir la popularidad del baloncesto a nivel global.

Misión: La misión de la FIBA es promover y desarrollar el baloncesto en todo el mundo, para inspirar y unir a las personas a través de los valores de la inclusión, el respeto y la excelencia (FIBA, 2019). Esta

misión define el propósito de la organización, destaca su compromiso con el baloncesto y el impacto social a través de valores en común.

Objetivos estratégicos: Los objetivos estratégicos de la FIBA para 2019-2027 se resumen en cinco puntos principales:

- Expandir la popularidad y la visibilidad del baloncesto a nivel mundial. Este objetivo refleja la declaración de visión de la FIBA y busca aumentar el atractivo del deporte para abarcar un público más amplio.
- Mejorar la calidad y la competitividad de los competidores de la FIBA. La FIBA apunta a elevar la calidad y el atractivo de los eventos que organiza, tomando como ejemplo a la Copa del Mundo y los Juegos Olímpicos, para acaparar un público más amplio.
- Ampliar la participación y el desarrollo del baloncesto a nivel mundial. La FIBA desea aumentar el número de personas que practican baloncesto y apoyar el desarrollo del deporte en todas las regiones del mundo.
- Fortalecer la comunidad y la gestión del baloncesto. La FIBA busca mejorar la gestión del baloncesto y fortalecer la comunidad, incluyendo a jugadores, entrenadores y oficiales.
- Aumentar el valor comercial del baloncesto. La FIBA apunta a aumentar el valor comercial del baloncesto a través del incremento de los ingresos por patrocinios, medios y licencias.

Los objetivos estratégicos de la FIBA muestran el compromiso con la promoción del baloncesto como deporte, y de usarlo como medio para inspirar y unir a las personas a nivel mundial. Con metas claras y ambiciosas, la FIBA aspira a hacer el baloncesto más popular, competitivo y accesible, y a fortalecer su gestión y el valor comercial.

Estrategia de Fútbol Femenino de la UEFA para el período 2019-2024

La estrategia detalla los objetivos, la visión y la misión de la organización para promover y desarrollar el fútbol femenino en Europa (UEFA, 2019a):

Visión: Un deporte celebrado en todo el mundo, donde cada mujer y niña pueda encontrar su lugar para jugar.

Misión: impulsar, innovar y acelerar el crecimiento del fútbol femenino para todos.

Figura 11. Estrategia de Fútbol Femenino



Fuente: UEFA, 2019b, <https://bit.ly/43MDAX4>.

Objetivos estratégicos. La UEFA identifica cuatro objetivos estratégicos para cumplir la visión y la misión para el fútbol femenino:

- **Aumentar la participación.** La UEFA (2019a) busca aumentar la cantidad de niñas y mujeres que juegan al fútbol ofreciendo más oportunidades de participación en todos los niveles, desde el nivel inicial hasta el nivel élite.

- **Elevar la calidad:** La UEFA (2019a) busca elevar la calidad del fútbol femenino invirtiendo en el desarrollo de jugadoras, entrenadores e infraestructura, y

1 of 1

CONTINUAR

Referencias

Basketball Africa League [BAL]. (2019). *About BAL*. BAL. Recuperado el 20 de abril de 2023. <https://bal.nba.com/about>.

International Basketball Federation [FIBA]. (2019). *Strategy*. FIBA. Recuperado el 14 de abril de 2023. <https://www.fiba.basketball/strategy>.

International Olympic Committee [IOC]. (2020). *Olympic Agenda 2020 drives progress and change*. International Olympic Committee. Recuperado el 20 de abril de 2023. <https://olympics.com/ioc/news/olympic-agenda-2020-drives-progress-and-change>.

Johnson, M. W., & Suskewicz, J. (2020). *Lead from the future: How to turn visionary thinking into breakthrough growth*. Harvard Business Press.

Kirwan, F. (14 February 2023). A deep dive into the world of high performance and innovation with Finbarr Kirwan (No. 20) [podcast episode]. *SiS Masters*. Spotify. <https://open.spotify.com/episode/0bFAsgp3iMEsSjnEhWEgy9?si=-SNW-fXbTJ-7Bk0syPOR1w&nd=1>.

Los Angeles Dodgers Foundation [LADF]. (2023). *Foundation*. LA Dodgers Foundation. Recuperado el 20 2023. from <https://www.mlb.com/dodgers/community/foundation>.

Major League Baseball [MLB]. (22 August 2022). *Twins bring ARound*. MLB. Recuperado el 20 de abril de 2023. <https://www.mlb.com/press-release/press-release-twins-bring-around-first-shared-ar-experience-in-a-live-sports-ven>.

Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2009). *Strategy Safari: A Guided Tour Through the Wilds of Strategic Management*. Free Press.

National Basketball Association [NBA]. (2017). *NBA to begin selling jersey sponsorships in 2017-18*. NBA. Recuperado el 20 de abril de 2023. <http://global.nba.com/news/nba-to-begin-selling-jersey-sponsorships-in-2017-18/>.

National Football League [NFL]. (2019). *The National Football League and OverTier Expand Partnership*. NFL. Recuperado el 20 de abril de 2023. <https://nflcommunications.com/Pages/The-National-Football-League-and-OverTier-Expand-Partnership.aspx>.

UEFA. (2019a). *UEFA Women's Football Strategy 2019-2024*. UEFA. Recuperado el 5 de abril de 2023. https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/uefaorg/Womensfootball/02/60/51/38/2605138_DOWNLOAD.pdf.

UEFA. (2019b). Time for Action: lanzamiento de la primera estrategia del fútbol femenino de la UEFA. <https://es.uefa.com/insideuefa/about-uefa/news/0251-0f8e6b9df1fe-e090578805d1-1000--time-for-action-lanzamiento-de-la-primera-estrategia-del-fut/>.

United States Olympic and Paralympic Committee. (2019). *High Performance Programs*. Recuperado el 20 de abril de 2023. USOPC. <https://2019impactreport.teamusa.org/high-performance-programs.html>.

[Imagen sin título de ARound]. (s.f.). <https://www.startribune.com/for-twitchy-fans-minnesota-twins-augment-the-reality-at-target-field/600200233/>.

[Imagen sin título de Basketball Africa League]. (s.f.). <https://www.eurohoops.net/es/others-es/1023866/la-basketball-africa-league-anuncia-los-12-equipos-que-competiran-en-su-temporada-inaugural/>.

[Imagen sin título de FIFA]. (s.f.). <https://cnnespanol.cnn.com/video/tecnologia-var-fuera-de-juego-minutalks-mundial-qatar-2022/>.

[Imagen sin título de jersey sponsorships]. (s.f.). <https://www.teamsnap.com/brands/blog/brand-marketing/are-nba-jersey-sponsors-coming-to-the-mlb>.

[Imagen sin título de LA Dodgers Foundation]. (s.f.). <https://dodgers.mlblogs.com/ladf-launches-dodgers-rbi-dodger-day-drive-thrus-presented-by-arco-4b6e6aacc80b>.

CONTINUAR

Descarga



modulo-2-fijar-metas-y-objetivos-estrategicos-kmt_Lux4.pdf

1.5 MB

