



Cuatro preguntas para empezar el año nuevo

Dr. Ivan Misner

Desde hace más de 45 años, aprovecho la última semana de diciembre para reflexionar sobre el año transcurrido. Pienso en cómo han ido los últimos 12 meses en comparación con lo que había previsto y planeado para el año. Entonces decido lo que quiero conseguir el año que viene y creo una visión para el año que comienza. Establezco objetivos personales y empresariales, y creo un plan estratégico para alcanzarlos.

He descubierto que fijar un objetivo y crear un plan sobre cómo vas a llegar a él es la mejor manera de lograr lo que quieres conseguir.

Revisa tu porqué

Con un nuevo año por delante, es un buen momento para replantearse por qué estás en tu profesión. Mientras te preparas para establecer tus objetivos empresariales para 2025, es útil revisar por qué haces lo que haces. Puede que creas saber por qué te dedicas a esto, pero quizá hace años que no reflexionas sobre ello. Hazte estas preguntas:

- 1. ¿Cuál es la misión de mi empresa?**
Más allá de ganarme la vida, ¿cuáles son mis objetivos profesionales a largo plazo? ¿Deseo convertirme en el patrón por el que se juzgue a mis competidores? ¿Es mi sueño ayudar a hacer del mundo un lugar mejor?
- 2. ¿Hacia dónde se dirige mi organización?**
¿Estoy cumpliendo mi misión? ¿Estoy haciendo planes para cumplirla? ¿Cómo puedo cambiar las políticas, los procedimientos o el personal para mejorar las posibilidades de cumplir mi misión?
- 3. ¿En qué entorno opera mi organización?**
¿Cuáles son las tendencias sociales, económicas y tecnológicas que afectan a mi forma de hacer negocios y a mi progreso hacia mis objetivos?
- 4. ¿Cuáles son mis competencias básicas?**
¿Qué me gusta hacer? ¿Qué es lo que hago mejor que mis competidores? ¿Es compatible mi misión empresarial con mis valores y aptitudes?

He visto a demasiadas empresas y profesionales cometer el error de intentar ser todo para todos. Empezando con el objetivo fundamental de encontrar un nicho que les haga triunfar, se desvían cambiando de dirección cada vez que un cliente o un miembro del equipo sugiere un nuevo producto o servicio. La misión se pierde en una carrera por el negocio antes de que la idea original tenga la oportunidad de dar sus frutos.

Así que, aunque creas que conoces tu misión, te puede venir bien hacer una pausa periódica para analizar tu negocio y, si es necesario, volver a centrarte en tu misión y filosofía.

El Año Nuevo simboliza para la gente la oportunidad de empezar de cero y avanzar más y mejor. Si te tomas un tiempo para reflexionar sobre el año pasado y revisas las razones por las que te dedicas a tu negocio, podrás avanzar con confianza con un nuevo conjunto de objetivos y un plan específico para alcanzarlos. Recuerda que no puedes alcanzar un objetivo al que no apuntas.