

MÉTODOS GROW Y SMART PARA DEFINIR OBJETIVOS

100% DE ÉXITO ASEGURADO



Déjame preguntarte... ¿qué opinas acerca de la siguiente frase?

“Si una meta no es alcanzable, no hay ninguna esperanza, pero si no es desafiante, no existe ninguna motivación”

Interesante, ¿verdad? El punto está en encontrar ese equilibrio entre la incomodidad de adentrarte hacia nuevos desafíos, y la sensatez para elegir metas que sean realizables dentro del período de tiempo que defines.

Nada nuevo hasta aquí, no tenemos dudas de que esto ya lo sabes... Teniendo en cuenta tu experiencia, seguramente eres un experto en cumplir con tus metas y objetivos. De todos modos, esta información será fundamental para que la consideres al momento de trabajar con tu mentee sobre la definición de las suyas.

Esta vez te revelaremos **dos herramientas imprescindibles** para que puedas ayudarle a **fijar** y **alcanzar** sus objetivos. Pero antes de que sigas leyendo, hay algo que debes saber... y es que si tu mentee logra aplicar de forma correcta los métodos que veremos a continuación, el éxito está asegurado.



Se trata de los modelos **SMART** y **GROW**, ambas herramientas muy reconocidas en el ámbito empresarial, sobre todo en el mundo del coaching y mentoring. Estas no son sólo simples técnicas para establecer objetivos, sino que al combinarlas, se convertirán en el GPS de tu mentee, que lo guiará directamente hacia su destino: conquistar sus metas.



“Un objetivo es el fin que se quiere alcanzar y al cual se dirige una acción” (RAE)

Bien, comencemos con la primera:

Modelo SMART

(en realidad, no es el que conoces... ¡te encontrarás con una sorpresa al final!).

Esta técnica fue publicada por primera vez en 1981 por el investigador estadounidense George T. Doran, en un artículo para la revista Management Review, que tituló “Hay una manera inteligente para escribir metas y objetivos de la administración”.

El método te servirá para ayudar a tu mentee a **definir, clarificar y establecer** adecuadamente las **metas u objetivos** que se trabajen a lo largo del proceso de Mentoring.

Además de que la palabra SMART significa “inteligente” en inglés, esta es una regla mnemotécnica. Es decir, un conjunto de siglas, de las cuales cada una representa una característica o condición esencial **que deberá ser incluida dentro del objetivo** a definir. Aquí te explicamos una por una:

S DE SPECIFIC (ESPECÍFICO)

El objetivo debe ser bien **detallado** y **concreto**, nunca abstracto. Cuanto más claro y específico sea el objetivo, mejor será su comprensión y habrá mayores posibilidades de alcanzarlo. Al formularlo, es buena idea que este comience con un verbo que invita a una acción, siempre en lenguaje positivo.

Por ejemplo: “**obtener** un 30% más de suscriptores a mi canal de Youtube al mes, durante los próximos 4 meses, para pasar de 2.000 a 4.000 suscriptores.”

M DE MEASURABLE (MEDIBLE)

Lo que no se puede medir, no se puede gestionar ni mejorar. Este aspecto es fundamental para evaluar los resultados y el beneficio que generaría el cumplimiento del objetivo.

Tu mentee necesita extraer **datos reales**, números concretos que reflejen sus acciones. Esto no dará lugar a la manipulación de los resultados y les permitirá saber si se alcanzó el objetivo.

Por ejemplo: Aumentar las ventas de “X” producto en un **30%** en los próximos tres meses, para llegar a “\$Z” facturación en el mes de mayo.



A DE ACHIEVABLE (ALCANZABLE)

“Voy a quintuplicar mis ingresos mensuales en tan sólo una semana” OK, suena bien. ¿Cómo lo harás?

Si tu mentee se plantea grandes desafíos, ¡perfecto! Esto es una gran virtud, siempre y cuando sea acorde a sus posibilidades reales y actuales. Aquí es donde tu rol de mentor@ será clave para ayudar a tu mentee a “bajar a tierra” sus objetivos.

Estos deben significar un reto posible, de lo contrario, los resultados sólo le causarán frustración y desánimo. Si hay más personas involucradas en la realización del objetivo, todos deben estar de acuerdo con su viabilidad y beneficios.



R DE REALISTA:

El objetivo puede ser posible, pero esto no significa que sea realista. Para averiguar esto, es importante que tengas en cuenta la siguiente pregunta: ¿Cuentas con todos los medios y herramientas para poder alcanzarlo? Si no es así, ¿podrás conseguirlos?

A la “**R**” también se le llama “**Result-based**” (orientado a los resultados). Esto responde a la pregunta “¿Para qué?”. Se refiere especialmente a casos en que los objetivos están dirigidos hacia el logro de resultados que favorezcan a una empresa u organización. Es necesario que el planteo de los mismos esté alineado con la misión y visión de la compañía.



T DE TIME-RELATED (OPORTUNO)

¿Cuándo te gustaría conseguirlo? ¿Cuándo inicia y cuándo termina la búsqueda para hacerlo?

Para poder cumplir el objetivo, será imprescindible crear un “**Time-Line**” (línea de tiempo) en donde se establezca un lapso de tiempo determinado para el desarrollo de cada proceso. Aquí será apropiado incluir fechas concretas y en caso de ser necesario, también plazos de entrega.

Ejemplo: Aumentar la conversión de contactos calificados en un 30% (de 40 a 50 clientes al mes) **en los próximos 12 meses**, para alcanzar 330 nuevos clientes y poder mejorar la rentabilidad.



Muy bien, estas son las características para definir objetivos **SMART** (inteligentes). Probablemente ya habías escuchado sobre esta técnica antes, así que, tal como mencionamos anteriormente, ahora te revelaremos cierta información extra que pocas personas conocen... Se trata de una táctica para convertir los objetivos inteligentes en todavía más inteligentes: el método **SMARTER**.

Es simple, lo único que tienes que hacer es añadir dos letras más ("**E**" y "**R**") al final de lo que vimos recién. Este es el significado de las mismas:

E DE ECOLOGICAL (ECOLÓGICO)

Este aspecto es valioso para poder asegurarse de que tanto el objetivo de tu mentee como el proceso que conlleva alcanzarlo, no le genere ninguna pérdida o daño a él/ella ni a su entorno. Esto refiere a la siguiente pregunta: "¿Si conquisto el objetivo, perderé algo o pondré en peligro el bienestar de otras personas del entorno?"

R DE REWARDING (RECOMPENSA)

¿Cuál será el beneficio que obtendré al alcanzarlo? Como en todo desafío, el proceso implica un precio a pagar y una recompensa. Es elemental que tu mentee tenga bien en claro cuál será el premio que ganará gracias a su esfuerzo, pues esta motivación será necesaria para que tome acción.





¡Excelente! Ahora que ya conoces en profundidad la herramienta **SMARTER**, es momento de que veamos cómo puedes aplicarla para ayudar a tu mentee a definir y establecer metas u objetivos **más inteligentes**.

Lo único que debes hacer es asegurarte de que la formulación del objetivo cumpla con cada una de las características que vimos anteriormente. Para esto, **al final del documento te compartiremos una serie de preguntas** que te servirán como guía para que indagues junto a tu mentee sobre cada una de estas 7 condiciones (S-M-A-R-T-E-R) en relación al objetivo que busque lograr.

Por ejemplo: Supongamos que tu mentee tiene algo de experiencia en dar conferencias y hablar en público para grupos reducidos, y plantea que le gustaría mejorar su nivel de oratoria y exposición frente a más personas. Una vez que trabajen sobre la guía de preguntas para convertir su deseo en un objetivo **SMARTER**, podría quedar algo similar a esto:

“Voy a dar 3 conferencias sobre desarrollo personal en los eventos “x”, “w” y “z” en los próximos 6 meses, para un público de entre 100 y 200 personas, y con esto conseguiré mayor práctica y experiencia que me permitirá detectar mis mayores fortalezas y puntos a mejorar al momento de hablar en público.”

Este podría ser uno de los objetivos que se establezcan para guiar a tu mentee en el desarrollo del área que desea mejorar. Ahora bien, si quieres potenciar la efectividad de este método y aumentar la probabilidad de que tu mentee alcance su estado deseado, sería pertinente aplicar todo lo que vimos hasta ahora dentro de la fase 1 del **Modelo GROW**, una herramienta súper eficaz de 4 pasos, que veremos a continuación.

Modelo GROW

La palabra **GROW** en inglés significa **CRECER**. Este método tan utilizado en el proceso de coaching y mentoring, ha sido creado por Graham Alexander en los años 80, y adaptado por el coach John Whitmore. Esta herramienta está más orientada al **logro del objetivo** que a su definición, y es imprescindible para sentar las bases iniciales del proceso de mentoring.

Al igual que en el método **SMARTER**, el modelo **GROW** también hace referencia a un acrónimo, en el cual cada una de sus letras corresponde a una fase determinada del proceso que implica llegar desde el estado actual hacia el estado deseado.



Retomando la metáfora que mencionamos anteriormente sobre el GPS... imagina que mediante el método **SMARTER**, ayudarás a tu mentee a definir el punto de destino. Ahora bien, a través del método **GROW**, lograrás que obtenga una visión bien clara sobre el mapa completo y la forma más efectiva para llegar a ese punto.

Mediante los **4 pasos** o etapas, podrán evaluar todas las rutas y caminos posibles que lo llevarán hacia allí, definirán cuál es el mejor vehículo para llegar, tomarán conciencia acerca de los posibles obstáculos que pueden aparecer, entre muchos otros aspectos. Es decir, la herramienta servirá para ayudar a tu mentee a establecer su meta, analizar su realidad, tomar conciencia de sus recursos y potenciales, y a partir de ellos trazar el plan de acción que lo dirija con seguridad hacia esa meta.

"Somos similares a una bellota, que contiene en su interior todo el potencial para convertirse en un majestuoso roble" John Whitmore



Para utilizar esta metodología con tu mentee, deberás seguir cada uno de los siguientes pasos:

PASO 1

G DE GOAL (OBJETIVOS)

¿Qué quiero conseguir?

Aquí es donde aplicarás lo que vimos en el modelo anterior. La idea de esta etapa es que ayudes a tu mentee a definir la meta, que cumpla con todas las condiciones de un objetivo **SMARTER** (Específico, Medible, Alcanzable, Realista, Temporalizable, Ecológico, y que conlleva una Recompensa). Para esto, podrás utilizar como guía todas las preguntas que te compartimos en el anexo, al final de este documento.

Una aclaración importante para que tengas en cuenta dentro de este paso, es que siempre se debe hablar sobre los objetivos concretos del proceso de mentoring, nunca se juzgan aspectos del mentee que sean subjetivos.



PASO 2

R DE REALITY (REALIDAD)

¿Qué está pasando ahora?

Esta etapa apunta a explorar la realidad actual de tu mentee. Para trazar el camino, primero hay que saber desde donde inicia el recorrido. Tu rol como mentor será indagar alrededor de esta pregunta: ¿Dónde se encuentra el/la mentee hoy en relación al lugar a donde desea llegar?

Para esto se necesita: objetividad, descripción, escucha profunda, uso de los sentidos, identificación de las emociones y conexión cuerpo y mente.

Es fundamental que puedas guiar la conversación con el mentee para que tome consciencia de sus avances reales, y así llevarlo a ampliar su mapa para que vea el camino que todavía puede seguir recorriendo. Para asegurarte de que comprendes lo que transmite el/la mentee, parafrasea, y así también impulsarás la escucha activa y la confianza

Estas preguntas te servirán para indagar en ello: ¿Qué has conseguido? ¿Cuándo has sido consciente del avance?

Además, existen tres aspectos principales que puedes utilizar como referencia a la hora de analizar el estado actual de tu mentee:

- **RE** cursos con los que cuenta
- **NE** cesidades específicas
- **DIF** icultades u **OBS** táculos

PASO 3

○ DE OPTIONS (OPCIONES)

Ahora que conoces el punto de partida, es momento de trazar y evaluar los distintos caminos que conducirán a tu mentee a destino. El objetivo principal de esta etapa será identificar distintas posibilidades y alternativas. En primera instancia, no existirá sólo una respuesta correcta, sino que se debe hacer un listado con la mayor cantidad de posibilidades de acción que se puedan encontrar. Para esto, es relevante tener en cuenta los recursos y posibilidades con los que cuenta o podría contar el/la mentee al día de hoy.

En primer lugar, para facilitar la búsqueda de los distintos caminos, te recomendamos utilizar la siguiente pregunta con tu mentee: "¿Qué podrías hacer?"

Una vez realizada la lista con todas las opciones y posibilidades, sería ideal barajar los pros y contras de cada una, para así elegir la más viable.



Un buen ejercicio puede ser realizar un brainstorming a raíz de la pregunta: “¿Cuál sería la opción más...?” y completarlo con una variedad de características que definen a las distintas posibilidades. Ej: más atractiva, ambiciosa, innovadora, rápida, etc.

Esta etapa también puede servir en el caso de que el mentee no haya logrado alcanzar un objetivo. En tales circunstancias, puedes asistir a tu mentee preguntándole “¿Qué otras alternativas tienes?” “¿Qué pasaría si empezaras a usar esas opciones?”

La relación de mentoring será más constructiva si ayudas a pensar por sí mismo a tu mentee en lugar de ser tú quien le das las respuestas.

PASO 4

W DE WILL (DESEO)

¿Qué voy a hacer y a dejar de hacer?

El fin primordial de esta fase, es que orientes a tu mentee para que pueda convertir la conversación en un **plan de acción** enfocado en lograr el objetivo establecido. Para esto deberán determinar y crear un documento con su firma, el cual indique qué se va a hacer, cuándo, quién lo hará, qué apoyos tendrá, los obstáculos que pueda encontrar y la voluntad de hacerlo. Esto lo llevará a tomar un compromiso real con el cumplimiento del objetivo.

Puedes utilizar las siguientes preguntas a modo de referencia: “Si puedes hacer algo distinto para avanzar en tus objetivos, ¿qué crees que es?, ¿cuál es tu compromiso con ello?”

También hay una técnica muy efectiva que te ayudará a esquematizar y organizar el plan: se trata del acrónimo **H-A-C-E-R**. Cada una de las letras representa una categoría que pueden utilizar con tu mentee para definir qué es lo que se debería **H**acer, **A**umentar, **C**ambiar, **E**liminar, y **R**educir para alcanzar el objetivo establecido.

Aclaración: No te preocupes por recordar todo esto... Si buscas en el anexo, ubicado al final del documento, incluimos un cuadro a modo de guía y recordatorio de todo el proceso para aplicar el método **GROW**

• • • • •
• Albert Einstein dijo: “existe una fuerza motriz más poderosa que el vapor, la electricidad y la energía atómica: la voluntad”
• • • • •

En este punto, es importante que ayudes a tu mentee a conectarse con su motivación real para hacerlo, ¿Cuál es su deseo más profundo? ¿Por qué le encantaría alcanzar ese objetivo? De allí saldrá la voluntad para hacerlo.

Muy bien, si pones en práctica esta información, ¡sin dudas te convertirás en un@ mentor@ de éxito!



Esta metodología apunta a desbloquear todo el potencial y aumentar el rendimiento del mentee, a partir del uso de distintos recursos como la conversación, el uso de preguntas poderosas, la toma de conciencia, el análisis, el reconocimiento del estado actual y el estado al que le gustaría llegar, y la creación del plan de acción que lo lleve a su estado deseado de un modo más rápido y efectivo.

Para aplicar las herramientas, recuerda utilizar el material de apoyo que te compartimos a continuación, en el anexo del documento.

ANEXO

Guía de preguntas de referencia para trabajar el objetivo de tu mentee de forma **SMARTER**.

S - ESPECÍFICO:

- ¿Qué es lo que se alcanzará realmente? y ¿cuándo sabremos que estamos totalmente satisfechos?
- ¿En qué contexto? ¿Y en cuál no?
- ¿Con quién? ¿Quién está implicado? ¿Quién no lo está?
- ¿Dónde? ¿Y dónde no?
- ¿Cómo lo quieres conseguir?

M - MEDIBLE Y COMPROBABLE:

- ¿Cómo voy a medir que lo he conseguido?
- Si se alcanza el resultado, ¿a qué se parece?
- ¿Qué nos demuestra que hay un resultado? ¿Qué pasa si no lo hay?
- ¿Cuánto? Cifras, ratios, porcentajes, evoluciones, márgenes, grado de satisfacción, términos, plazos, costes, presupuestos, normas de calidad, son cuestiones a analizar

A - ALCANZABLE, ASEQUIBLE:

- ¿El objetivo es realizable, alcanzable? ¿Alguien lo ha conseguido antes que tú?
- ¿Es razonable en el plano ético? ¿Es legal?
- ¿También es considerado como un objetivo por los demás implicados?



R - REALISTA:

- ¿Cuál es el compromiso? ¿Estás realmente de acuerdo para conseguir el objetivo?
- ¿Cuáles son las posibilidades reales de éxito?
- ¿Cuáles son los medios mínimos de los que dispongo?
- ¿Cuáles son los pasos? ¿Qué etapas debo seguir?
- ¿Cuáles son las otras condiciones mínimas?

T - TEMPORAL:

- ¿Cuál es la fecha límite, es decir el largo plazo, en la cual el objetivo tiene que estar alcanzado?
- ¿Cuál es la fecha de inicio?
- ¿Cuáles son las etapas intermedias a corto plazo?

E - ECOLÓGICO:

- ¿Quién pierde algo al conseguir Yo este objetivo?
- ¿Cómo afectaría a mi entorno que yo consiga este objetivo?
El proceso de la conquista del objetivo, ¿me provocaría algún daño? ¿le haría daño a alguna otra persona?

R - RECOMPENSA:

- ¿Cuál es la mayor recompensa al conseguir el objetivo?
- ¿Qué beneficios se producirán en mi vida a partir de ello?
- ¿Qué beneficios le aportará a mi entorno?





GUÍA PARA APLICAR MÉTODO GROW

GOAL: Objetivo, meta, ¿Qué quiero conseguir? Estado deseado S M A R T E R	REALITY: ¿Qué está pasando ahora? Estado actual: datos y hechos; qué, cuánto, cuando RE cursos con los que contamos: NE cesidades específicas: DIF icultades u OBS táculos:
OPTIONS ¿Qué opciones hay?	WILL: Plan de acción ¿Qué voy a hacer o dejar de hacer?
Brain storming: ¿Cuál sería la opción más...? más atractiva, ambiciosa, innovadora, realista, rápida...	¿Qué voy a hacer considerando y optimi- zando el contexto? Alianza Manager-Co- laborador. Gestión de la actitud vs queja continua. Hacer Aumentar Cambiar Eliminar Reducir

