

## Fundamentos de negocio

### Administración > El futuro de tu empresa está en tus manos, los objetivos



#### Definición

Los objetivos son los puntos terminales de la Misión. Definen las metas específicas que se pretenden lograr para alcanzarla. Son el segundo paso en la determinación del rumbo o dirección para la empresa, y un paso particularmente importante, ya que no es sino hasta que los deseos se convierten en metas y compromisos específicos que la Misión deja de ser una mera buena intención para convertirse en acciones concretas.

Además, sólo cuando la Misión se traduce en elementos concretos y medibles, es posible (1) la asignación de los recursos, (2) la asignación de prioridades, y (3) la asignación de responsabilidades.

La experiencia demuestra que aquellos administradores que establecen objetivos, tanto para ellos como para sus negocios, tienen una mayor probabilidad de tener éxito que aquellos que no lo hacen. Además, administrar por objetivos es más fácil y seguro ya que evita que la empresa camine sin dirección, concentrando la atención de todos los empleados en hacer que las cosas ocurran.

#### Características de los objetivos

##### 1. Poder medirse.

Al escribir tus objetivos debes establecer una forma de medirlos; de otra manera, cuando quieras evaluar si se cumplieron o no, no tendrás contra qué comparar el resultado obtenido. Es recomendable utilizar cifras como: pesos, unidades, porcentajes, o cualquier elemento cuantitativo al redactarlos.

Ejemplo:

Objetivo mal planteado: "Aumentar nuestras ventas".

Este objetivo no dice en cuánto debes aumentar las ventas. Si antes de fijar este objetivo vendías un millón de pesos al mes y, después de establecer este objetivo, vendes un millón trescientos mil pesos mensuales, es obvio que habrán aumentado tus ventas. Sin embargo, aún no sabes si dicho aumento es suficientemente bueno; un aumento en ventas puede ser de sólo cincuenta pesos, por ejemplo y, sin embargo, es un aumento.

Objetivo bien planteado: "Aumentar nuestras ventas en un 20%".

Este objetivo sí establece una cantidad que debes alcanzar para, por ejemplo, poder permanecer en el negocio. Si, al cabo del tiempo, lograste un 10% de aumento en ventas, significa que "te quedaste corto" y probablemente tengas dificultades para seguir en el negocio. Si obtuviste el 20% de aumento, sabes que podrás permanecer en el negocio; si superaste tu propia meta y lograste más del 20%, significa que fuiste muy eficiente en tus operaciones.

##### 2. Se establecen para un tiempo determinado y de acuerdo con la Misión del negocio.

Todo objetivo debe tener un plazo: mensual, semestral, anual, etc. No es lo mismo lograr un aumento en ventas del 20% al final del año, que lograr ese mismo 20% al cabo de 5 años. Además, todos y cada uno de los objetivos deben estar referidos a la misión y lograr que ésta se cumpla.

## Fundamentos de negocio

### Administración > El futuro de tu empresa está en tus manos, los objetivos



#### **3. Deben ser susceptibles de realizarse.**

Los objetivos no son aquellos "sueños dorados" que quisieras realizar. Al fijar un objetivo debes ser realista: un objetivo demasiado ambicioso o difícil de lograr sólo generará frustración y descontento dentro de la empresa; por otro lado, un objetivo demasiado fácil de lograr no significará un reto para ti y para tus empleados.

#### **4. Proporciona dirección o líneas de acción al negocio.**

De esa manera, los empleados contarán con metas para hoy, metas para el futuro cercano y metas para el futuro lejano. Los objetivos deben diseñarse para diferentes plazos. Hay objetivos de largo plazo, de mediano plazo y de corto plazo.

Los objetivos de largo plazo se establecen, por lo general, para cumplirse en 5 años o más.

Es necesario redactar los objetivos de tal forma que exista lógica o congruencia entre lo que queremos lograr y el tiempo que se requiere para ello.

### **Los objetivos en las funciones básicas del negocio**

Las empresas que cuentan con un sistema de planeación permanente han llegado a la conclusión de que existen ciertas funciones dentro de su negocio en las cuales es necesario establecer cuando menos un objetivo. En general, se trata de funciones generales a todo el negocio y, por lo tanto, al fijar un objetivo para cada una de ellas, el empresario tiene la seguridad de estar incluyendo todos los elementos importantes de la organización dentro de su planeación.

Esta información resulta muy útil pues te proporciona un punto de partida para iniciar tu propia planeación.

A continuación, te presentamos dichas áreas para que tú determines cuáles son más críticas en tu negocio y así, más adelante, puedas establecer objetivos específicos para cada una de ellas. Lo ideal sería que pudieras establecer cuando menos un objetivo para cada una de éstas.

#### **1. Objetivos de mercadotecnia.**

Son aquellos referentes a: participación de tus productos o servicios en el mercado, es decir, qué tantos clientes de tu mercado compran tu producto o servicio y cuántos lo compran a tu competidor; qué productos vendes más, cuántos distribuidores tienes y qué cantidad de producto manejan, etcétera.

#### **2. Objetivos en el lanzamiento de productos nuevos. esto se conoce como innovación:**

¿Cada cuánto tiempo saco un nuevo producto a la venta?, ¿cada cuándo renuevo mis servicios o mis productos? La innovación es crear un nuevo producto para los clientes, ofrecer servicios nuevos o distintos, hacer algunos cambios al producto que ya tengo para modernizarlo y venderlo mejor, etcétera.

#### **3. Objetivos de recursos financieros.**



Aquí se mide la capacidad que tiene tu negocio de adquirir y manejar los recursos financieros para realizar los objetivos planteados. Generalmente, se utilizan datos numéricos tales como el tiempo que te tardas en pagar a tus proveedores o en cobrar a tus clientes, la proporción de deudas que tienes, la cantidad de dinero que estás reinvertiendo en el propio negocio, etcétera.

#### **4. Objetivos de rentabilidad.**

Aunque íntimamente ligados con los objetivos financieros anteriores, ésta es quizá la función más importante en todo negocio. La rentabilidad tiene que ver con la utilidad o ganancia que deja el negocio. Generalmente, se mide sumando todos los costos de fabricación y venta y restando éstos a los ingresos obtenidos. Obviamente, una empresa no rentable es aquella que no produce utilidades o ganancias.

#### **5. Objetivos de productividad.**

Aquí se mide qué tanto producto terminado puedes obtener a partir de cierta cantidad de insumos o materia prima. Visto de otra manera, una empresa es más productiva cuando "produce más con menos"; mayor productividad significa menos desperdicio de materiales, de tiempo de trabajo, formas más rápidas y eficientes de producir lo mismo, etc. Una manera de entender la productividad es preguntarse ¿puedo producir más y mejor utilizando las mismas máquinas, los mismos empleados, el mismo capital?

#### **6. Objetivos para el uso de recursos físicos.**

Los recursos físicos se refieren al local, maquinaria, instalaciones eléctricas, exhibidores y anaqueles, herramientas o instrumentos de trabajo, computadoras, mesas, sillas y, en general, a cualquier tipo de mobiliario y equipo con el que cuenta (o podría contar) el negocio.

#### **7. Objetivos para medir el desempeño de los dueños o directores del negocio.**

No es fácil establecer objetivos para evaluar el trabajo del dueño de la empresa y de sus colaboradores más cercanos. Casi siempre, éstos realizan actividades muy diversas o diferentes entre sí; cuando las actividades son de tipo administrativo, como en este caso, lo más conveniente para contar con información que le permita al director conocer su propio desempeño es preguntar directamente a sus empleados, conocer su opinión, pedirles sugerencias.

#### **8. Objetivos para evaluar y mejorar el trabajo de los empleados**

Aquí deben fijarse aquellos objetivos que permitan al personal lograr un desarrollo dentro de la empresa. También pueden incluirse objetivos que ayuden al empleado a sentirse parte del negocio.