

1.4 Los objetivos empresariales

Definir los objetivos es el primer paso para alcanzar lo deseado por la empresa.

Los objetivos de las empresas son los pasos definidos para alcanzar los resultados que un negocio espera. Estos objetivos deben ser medibles para que sea posible evaluar su desempeño y, así, tomar las medidas necesarias para redefinir las estrategias si se requiere.

Estos objetivos pueden establecerse para cada uno de los departamentos o para toda la empresa, así como también se pueden definir para los trabajadores o, incluso, los clientes.

Ventajas de tener un objetivo

Tener objetivos definidos es importante para trazar el camino hacia los resultados esperados. Mira algunas de sus ventajas:

- Permite que la toma de decisiones esté orientada al resultado que se espera.
- Orienta a los colaboradores para que puedan trabajar hacia el mismo fin.
- Proporciona un parámetro para medir el éxito.
- Direcciona las estrategias implantadas.

Tipos de objetivos que existen

Según su función

Al clasificar los objetivos según su función, tenemos:

- **Objetivo general:** Es aquel que expresa de forma clara, concisa y realista el resultado que se desea alcanzar al final del proyecto. Un ejemplo de este objetivo es la creación de más oportunidades de contacto para el equipo de ventas.
- **Objetivo específico:** Son las etapas que se definen para lograr el objetivo general. Es esencial tener en cuenta los resultados esperados en cada una de esas etapas y determinar los indicadores y los procedimientos para medirlos. Un ejemplo relacionado con el objetivo de generar más contactos es la estrategia de crear y administrar un blog corporativo con contenido orientado hacia la conversión.

Según el plazo

De acuerdo con el tiempo que requieren para su realización, se pueden clasificar en:

- **Objetivos de corto plazo:** Demandan entre un día y un año para llevarse a cabo. Un ejemplo sería incrementar en un 50% el tráfico del blog de tu empresa en los próximos 6 meses.
- **Objetivos de mediano plazo:** Necesitan entre uno y cinco años, por ejemplo, alcanzar un 10% más de participación de mercado en 2 años.
- **Objetivos de largo plazo:** Requieren más de cinco años, como hacer que el producto se venda en, por lo menos, 40 países en 10 años.

Ejemplos de objetivos de las empresas

Los objetivos empresariales siempre van a depender de los resultados que espera la organización, así como de sus necesidades. Sin embargo, para que tengas una idea, te mostramos algunos ejemplos:

- Mantener o aumentar la rentabilidad del negocio
- Obtener mayor productividad
- Ofrecer un excelente servicio al cliente
- Atraer y retener al capital humano
- Alcanzar a los clientes adecuados
- Mantener los valores fundamentales de la empresa
- Tener un crecimiento sostenible
- Optimizar la gestión del cambio
- Sobresalir ante la competencia
- Mantener un flujo de caja saludable

Medición un objetivo

Al medir un objetivo, es posible saber la situación en la que se encuentra la organización en relación con esa meta.

Las métricas te permiten asegurarte de que estás en el camino correcto para alcanzar los efectos que esperas en el plazo estipulado. Así, en el caso de que no estés yendo bien, es posible realizar algunas adaptaciones que te coloquen nuevamente rumbo a tu objetivo.

¿Cómo medir un objetivo?

Para medir un objetivo es necesario encontrar las métricas adecuadas. Estas métricas son conocidas como KPI (El término KPI, siglas en inglés, de Key Performance Indicator, cuyo significado en castellano vendría a ser Indicador Clave de Desempeño o Medidor de Desempeño) y te pueden mostrar el progreso de los objetivos de tu negocio.

Encontrar los KPI adecuados es fundamental para entender cómo le está yendo a tu negocio. Por eso, debes elegir aquellos que tienen un impacto real en relación con tu objetivo.

Un ejemplo es si tu objetivo es aumentar las ventas en determinado periodo, un KPI interesante es calcular los ingresos por ventas y compararlos con los valores de periodos anteriores para saber si tus esfuerzos están trayendo frutos.

En este caso, debes sumar todos los ingresos provenientes de las compras de los clientes en el periodo estipulado y restarle el costo asociado con las devoluciones. Una vez que tienes esta información debes realizar el mismo cálculo para el periodo anterior. Así, será posible hacer las comparaciones y descubrir si tus estrategias están funcionando.

Para definir los objetivos de un proyecto

Elige objetivos cuantificables

Cuando defines objetivos tangibles y que pueden ser medidos es más factible evaluar su avance y su éxito.

La meta de aumentar las ventas, por ejemplo, es muy amplia, por lo que debemos tener en cuenta cuestiones como el plazo para alcanzarla y cuánto se desea aumentar. De este modo, para definir una meta similar, lo ideal es establecer una fecha y un objetivo claro. Por ejemplo: hasta el fin de este año incrementaremos las ventas en un 15%.

Opta por objetivos específicos

Si tienes un objetivo general, debes determinar los objetivos específicos y precisos que te orientarán por el camino correcto, es decir, crear los pasos concretos que necesitarás seguir para lograr culminar el proyecto.

Cuando tenemos la meta de crecer un 15% en ventas, ¿qué pasos tenemos que seguir para alcanzarla? Generar más clientes potenciales a través de canales de marketing, aumentando a 1000 las visitas diarias en el blog hasta el fin del año, sería uno de los ejemplos.

Define objetivos realistas

Para alcanzar el éxito debes ser realista. Es fundamental tener en cuenta los recursos con los que cuentas para poder lograr tu objetivo. Si te colocas una meta sin contar con los recursos para alcanzarla, solo obtendrás frustraciones.

Las metas deben ser realistas. De nada sirve, por ejemplo, apuntar a “llegar a 1000 visitas diarias en un mes en el blog” si hoy tienes 10. A menos que tengas una estrategia extremadamente agresiva, este sería un objetivo poco realista.

Determina un plazo

Establecer la fecha de inicio y fin es primordial para no procrastinar tus acciones. Solo así evitas postergar tu objetivo indefinidamente.

Si nuestro objetivo es aumentar la generación de leads calificados en un 25%, debemos establecer el tiempo de duración partiendo desde la fecha en la que lo estamos considerando hasta en la que conseguiremos alcanzarlo. Un ejemplo ideal sería "aumentar la generación de leads calificados en un 25% dentro de los próximos 10 meses".