

OBJETIVOS ORGANIZACIONALES.

¿Qué es un objetivo organizacional?

Toda organización pretende alcanzar objetivos. Un objetivo organizacional es una situación deseada que la empresa intenta lograr, es una imagen que la organización pretende para el futuro. Al alcanzar el objetivo, la imagen deja de ser ideal y se convierte en real y actual, por lo tanto, el objetivo deja de ser deseado y se busca otro para ser alcanzado.

Los objetivos no son estáticos, pues están en continua evolución, modificando la relación de la empresa con su medio ambiente. Por ello, es necesario revisar continuamente la estructura de los objetivos frente a las alteraciones del medio ambiente y de la organización.

Figura1 objetivo organizacional, (copyright © , 2011)



<http://uasposing.org/doctorado/images/img/metras.jpg>

Objetivos organizacionales.

- Alcanzar y mantener los más altos estándares de satisfacción al cliente en nuestra industria, a través de productos y servicios innovadores.
- Alineamiento con los mejores proveedores del mundo, entregando valor agregado tanto para el Grupo así como para nuestros clientes.
- Ser reconocidos como empleadores de primer nivel.

- Somos una organización multicultural. Empoderar a nuestros empleados de todos los niveles, e integrarlos completamente a nuestra red global.
- Ampliar selectivamente nuestro portafolio global de empresas.
- Mantener un diálogo activo con los gobiernos, organizaciones internacionales y no gubernamentales (ONG's) para ser reconocidos como un socio valioso y confiable.
- Demostrar nuestro compromiso con el desarrollo sostenible y jugar un rol preponderante en la responsabilidad social dentro de nuestro círculo de influencia.
- Tener un desempeño financiero a largo plazo y ser la organización más recomendada en nuestra industria.

Funciones de los objetivos organizacionales.

- Presentación de una situación futura:** se establecen objetivos que sirven como una guía para la etapa de ejecución de las acciones.
- Fuente de legitimidad:** los objetivos justifican las actividades de una empresa.
- Sirven como estándares:** sirven para evaluar las acciones y la eficacia de la organización.
- Unidad de medida:** para verificar la eficiencia y comparar la productividad de la organización.

Características de los objetivos organizacionales:

- Claridad:** un objetivo debe estar claramente definido, de tal forma que no revista ninguna duda en aquellos que son responsables de participaren su logro.
- Flexibilidad:** los objetivos deben ser lo suficientemente flexibles para ser modificados cuando las circunstancias lo requieran.
- Medible o mesurable:** los objetivos deben ser medibles en un horizonte de tiempo para poder determinar con precisión y objetividad su cumplimiento.

- d) **Realista:** los objetivos deben ser factibles de lograrse.
- e) **Coherente:** un objetivo debe definirse teniendo en cuenta que éste debe servir a la empresa. Los objetivos por áreas funcionales deben ser coherentes entre sí, es decir no deben contradecirse.
- f) **Motivador:** los objetivos deben definirse de tal forma que se constituyan en elemento motivador, en un reto para las personas responsables de su cumplimiento.

Figura 2. Funciones de los objetivos organizacionales, (psicología y empresa)



<http://1.bp.blogspot.com/-YECNJsLuPjg/U5-j5ZCiVvI/AAAAAAAAASA/ofrQuIRVScE/s1600/slide-1-728.jpg>

Declaración de la Visión y Declaración de la Misión.

Declaración Visión.

Crear conocimiento para la sociedad al establecer la visión de una empresa nos permitirá:

- Motivar a miembros de la empresa para que se comprometan e identifique con ella.
- Darle personalidad e identidad a la empresa.
- Asentar las bases para la cultura organizacional.
- Programar una imagen positiva ante clientes, proveedores y público en general.

- No existen reglas al momento de hacer una declaración de la visión pero para tener una fuente indicada debe contar con las siguientes características:
- Ser clara, entendible y fácil para los miembros de la empresa.
- Ser breve, de preferencia conformada por una sola oración.
- Ser positiva, alentadora, capaz de promover el sentido de todos los miembros de la empresa.
- Ser desafiante y ambiciosa, pero a la vez factible y realista, teniendo en cuenta la capacidad y los recursos de la empresa.
- Ser coherente con los valores, los principios y la cultura de la empresa.

La declaración de la visión de la empresa podría empezar con las siguientes preguntas:

- “¿qué queremos llegar a ser?”
- “¿hacia dónde nos dirigimos?”
- “¿en qué nos queremos convertir?”
- “¿a dónde queremos llegar?”
- “¿cuáles son nuestros deseos o aspiraciones?”
- “¿cuál es la imagen futura que queremos proyectar?”

Declaración Misión.

Ser una compañía respetada y exitosamente operada en nuestra industria, creando valor para los clientes, empleados, accionistas y comunidad implicada. La misión empresarial es el conjunto de aspectos de una empresa difundida en una sola frase.

Su efectividad depende de dos aspectos principales:

- El método de formulación de la declaración, que no deje fuera ningún aspecto esencial de la misión de la compañía
- La síntesis de la declaración a una frase única.

Objetivos generales, objetivos específicos, estrategias tácticas y su interrelación.

Objetivos generales.

Son expresiones genéricas, algunos ejemplos de objetivos generales o genéricos son:

- Ser el líder del mercado.
- Incrementar las ventas.
- Generar mayores utilidades.
- Obtener una mayor rentabilidad.
- Lograr una mayor participación en el mercado.
- Ser una marca líder en el mercado
- Ser una marca reconocida por su variedad de diseños.
- Aumentar los activos.
- Sobrevivir.
- Crecer.

Objetivos específicos.

Son objetivos concretos necesarios para lograr los objetivos generales, están expresados en cantidad y tiempo, algunos ejemplos de objetivos específicos son:

- Aumentar las ventas mensuales en un 20%.
- Generar utilidades mensuales mayores a US\$20 000 a partir del próximo año.
- Obtener una rentabilidad anual del 25%
- Lograr una participación de mercado del 20% para el segundo semestre.
- Producir un rendimiento anual del 14% sobre la inversión.
- Elevar la eficiencia de la producción en un 20% para el próximo mes.
- Vender 10 000 productos al finalizar el primer año.
- Triplicar la producción para fin de año.
- En ocasiones a los objetivos específicos se le conoce como metas.

Figura 3. Objetivos específicos de una empresa, (© Wix.com, Inc, 2015-2016)



http://es.wix.com/blog/wp-content/uploads/2013/10/shutterstock_93224269.jpg

¿Qué son los Objetivos estratégicos?

Los objetivos estratégicos son los fines o metas desarrollados a nivel estratégico que una organización pretende alcanzar a largo plazo. Algunas posturas identifican los objetivos estratégicos con los objetivos generales. Están basados en la visión, la misión y los valores de una organización y condicionan las acciones que se llevarán a cabo.

Objetivos estratégicos.

- Una mayor participación de mercado
- Un rango industrial más alto y seguro
- Una calidad más alta del producto
- Costos más bajos en relación con los competidores clave
- Una línea de productos más amplia o más atractiva
- Una reputación más sólida entre los consumidores
- Un servicio superior al cliente
- Reconocimiento como líder en tecnología y/o innovación de productos
- Mayor capacidad para competir en los mercados internacionales
- Expansión de las oportunidades de crecimiento.

El Plan Táctico

El plan táctico describe las tácticas que la organización planea utilizar para conseguir las ambiciones descritas en el plan estratégico. Es un documento a corto plazo.

El plan táctico es un documento muy flexible; puede contener cualquier cosa y todo lo necesario para conseguir las metas de la organización.

Metas Específicas con Fechas Límite

Suponga que el propósito de su organización es convertirse en el distribuidor más grande de zapatos de la ciudad. El plan táctico partirá esta gran ambición en metas más pequeñas y procesables. Las metas deberán ser muy específicas y establecer plazos límite para fomentar la acción – expandirse a dos tiendas dentro de tres meses, crecer al 25% por cuatrimestre, o aumentar los ingresos a \$1mn dentro de seis meses, y así sucesivamente.

Presupuestos

El plan táctico debe listar los requisitos presupuestarios para conseguir las metas especificadas en el plan estratégico. Este debe incluir el presupuesto para contratar personal, marketing, suministros, fabricación, y ejecutar las operaciones del día a día de la empresa. Listar los flujos de salida y de entrada también es una práctica recomendada.

Recursos

El plan táctico debe listar todos los recursos de que pueda disponer para conseguir los objetivos de la organización. Debe incluir recursos humanos, IP, recursos de caja, etc. De nuevo, se aconseja ser altamente específico

Marketing, Financiación.

Por último, el plan táctico debe listar la estrategia inmediata de marketing, suministros, financiación, fabricación, distribución, y PR. Su ámbito debe estar alineado con las metas descritas arriba.

Figura 4. objetivos, metas, políticas de una empresa, (blogspot.com)



http://3.bp.blogspot.com/-djsJRauw7To/UZq1JTgGXPI/AAAAAAAAADo/tl-6_17iK1E/s1600/trabajo-en-equipo2.jpg

Necesidad de que las organizaciones modifiquen los objetivos e innoven en respuesta a los cambios en los entornos internos y externos.

¿Por qué cambian las Organizaciones?

Las organizaciones se ven obligadas a cambiar por razones relacionadas íntimamente con su sobrevivencia, su evolución y como respuesta a la búsqueda de un crecimiento programado.

Se puede decir que las organizaciones cambian para poder responder a las exigencias internas que tocan su propia evolución, tanto como para enfrentar las exigencias externas relacionadas con su propio crecimiento y con el mundo de la competencia en que se inscriben.

Factores de Cambio en las Organizaciones

a) Factores de Cambio Externas: la administración tiene poco control sobre el fuerte impacto de numerosas fuerzas de cambio externas, sin embargo una organización depende de su ambiente externo y debe actuar con él para sobrevivir. Los factores de cambio externos desde los progresos tecnológicos hasta las condiciones sociales, ocasionan que una organización altere sus metas, su estructura y los métodos con que trabaja. Los factores de cambio externos son ajena a la organización y tienen un fuerte impacto en el desarrollo y cambio organizacional. La gerencia de la organización tiene poco control sobre estas variables.

b) Factores de Cambio Internas: las fuerzas de cambio también pueden venir del interior de las organizaciones, estas pueden resultar de diferentes metas organizacionales o de nuevos desafíos, o pueden ser ocasionadas por nuevas iniciativas de calidad, cambio en las tecnologías o comportamientos de los miembros de la organización.

Ejemplo de ello es, al cambiar una meta de utilidad a corto plazo por una de productividad a largo plazo, tiene un impacto directo sobre el trabajo diario de la mayoría de los individuos de la organización, conduciendo posiblemente a una reorganización de las operaciones, en general.

Los factores de cambio internas, ejercen presión de cambio en una organización, entre los que se encuentran: la cultura organizacional y los objetivos.

Las fuerzas externas e internas que originan el cambio, se presentan con frecuencia en forma interrelacionada, en ocasiones, este vínculo resulta de los cambios en los valores o sistema. Algunos de los cambios internos básicos, provienen de los individuos que llegan a la organización.

Objetivos éticos y responsabilidad social de la empresa

Ética y responsabilidad social de las empresas.

La ética y la responsabilidad social son conceptos que la sociedad ha aplicado en su actuar desde tiempos atrás, y han sido introducidos en las organizaciones desde que han sido conceptualizadas por sus creadores. La ética viene desde los tiempos de Homero quien la define como el espacio donde se concentra la vida y en donde se distingue el proceder del hombre y las bestias, es decir, es el conjunto de normas morales que rigen la conducta humana.

Desde el punto de vista de las organizaciones, la ética tiene que ver con la axiología, o sea con los valores que son reflejados en la cultura empresarial como normas y principios, y que tienen como fin alcanzar una mayor armonía con la sociedad para permitir una mejor adaptación a todos los entornos en pro de respetar los derechos de la sociedad y los valores que ésta comparte. Para profesar la ética dentro de las organizaciones, las empresas crean sus códigos de ética con la finalidad de combatir la corrupción, el engaño etc.

Como parte de estos principios éticos surge la responsabilidad social empresarial que se define como la actitud consciente y responsable de las mismas organizaciones hacia el bienestar común. La OIT (Organización Internacional del Trabajo) la define como el conjunto de acciones que toman las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas en la sociedad y reafirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en procesos internos como externos. Por lo tanto, la responsabilidad social es una forma de hacer negocios que toma en cuenta efectos sociales, ambientales y económicos de la acción empresarial, integrando en ella el respeto por los valores éticos que inciden en las personas, las comunidades y el medio ambiente.

Finalmente ambos conceptos se resumen en el actuar de las personas, pues una empresa gestiona éticamente cuando los individuos que la crean y que en ella colaboran, lo hacen dentro de sus propios valores y principios de conducta, los cuales son el reflejo de lo que se recibe en las familias, las escuelas y que son acordes al entorno social.

¿Por qué deberían las empresas adquirir responsabilidad social?

La necesidad por la adquisición de Responsabilidad Social por parte de las empresas es brevemente enfatizada por George Steiner. Steiner ha identificado tres fundamentos:

1. Las empresas son criaturas de la sociedad y deberían, por tanto, responder a sus reclamaciones.
2. El propio interés a largo plazo de la empresa se sirve mejor cuando la empresa adquiere Responsabilidad Social
3. Es moral y correcto el hacerlo así.

De acuerdo con Thomas A. Pettit (1965), "la organización empresarial es considerada como una institución social de multipósitos. La aspiración de ganancia es secundaria en importancia para el interés del público".

LINKOGRAFÍA:

- <http://www.monografias.com/trabajos87/cambio-en-organizaciones/cambio-en-organizaciones.shtml>
- <http://es.slideshare.net/angelaruiz24/objetivos-organizacionales-15430529>
- https://prezi.com/bl_zsdlluf_t/establecimiento-de-los-objetivos-organizacionales/
- <http://www.gestiopolis.com/objetivos-organizacionales/>
- <https://thinkinsuccess.wordpress.com/2011/12/13/que-es-objetivo-organizacional/>
- <http://www.pymempresario.com/2013/08/etica-y-responsabilidad-social-de-las-empresas/>
- <http://www.monografias.com/trabajos102/etica-y-responsabilidad-social-empresarial/etica-y-responsabilidad-social-empresarial.shtml#porquedeba#ixzz48vD4t6cl>
- <https://blog.udemy.com/la-planificacion-en-la-gestion-planes-estrategicos-tacticos-y-operativos/>
- <http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/>