

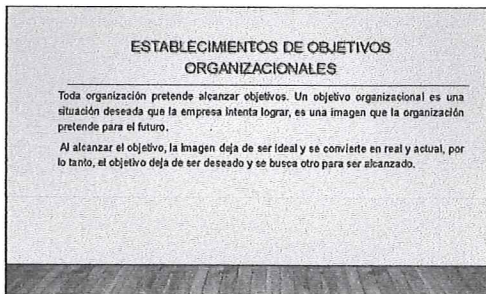
Diapositiva 1



Diapositiva 2



Diapositiva 3



Diapositiva 4

### ¿QUE SON LOS OBJETIVOS?

Los objetivos son los fines hacia los cuales está encaminada la actividad de una empresa los puntos finales de la planeación, y aun cuando no pueden aceptarse tal cual son, establecerlos requiere de una considerable planeación.

Los objetivos son una obligación que se impone una empresa porque es necesaria, esencial para su existencia.

Diapositiva 5

### CARACTERISTICAS DE LOS OBJETIVOS

- Claridad
- Flexibilidad
- Medible o measurable
- Realista
- Coherente
- Motivador



Diapositiva 6

### JERARQUIA DE LOS OBJETIVOS



Misión

Objetivos corporativos

Objetivos de división

Objetivos departamentales


Objetivos individuales

Diapositiva 7

### ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS

Implica seguir una metodología lógica que contemple algunos aspectos importantes para que los objetivos reúnan algunas de las características señaladas.

- ◊ Escala de prioridades para definir objetivos
- ◊ Identificación de estándares



Diapositiva 8

### TIPOS DE OBJETIVOS

- > LARGO PLAZO
- > MEDIANO PLAZO
- > CORTO PLAZO



Diapositiva 9

### IMPORTANCIA DE LOS OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

Los objetivos organizacionales dan a los gerentes y a los demás miembros de la organización importantes parámetros para la acción en áreas como:

- ✓ Guía para la toma de decisiones
- ✓ Guía para la eficiencia de la organización
- ✓ Guía para la coherencia de una organización
- ✓ Guía para la evaluación de desempeño

Diapositiva  
10

**ÁREAS PARA LOS OBJETIVOS ORGANIZACIONALES**

---

A continuación se presentan las áreas clave identificadas por Drucker para formular los objetivos de un sistema administrativo:

a) Posición en el mercado	e) Ganancias
b) Innovación	f) Desempeño global y desarrollo
c) Productividad	g) Responsabilidad pública
d) Recursos físicos y financieros:	

Diapositiva  
11

**ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS ORGANIZACIONALES**

---

Los 3 pasos principales que un gerente debe seguir para desarrollar una serie de objetivos de la organización se presentan a continuación:

- 1) Determinar la existencia de cualquier tendencia del entorno que pueda significativamente influir en la operación de la organización.
- 2) Realizar una serie de objetivos para la empresa como un todo.
- 3) Realizar una jerarquía de objetivos de la organización.

Diapositiva  
12

**PARÁMETROS PARA ESTABLECER OBJETIVOS CUALITATIVOS**

---

- ◊ La declaración de objetivos de calidad, como todos los bienes desarrollados para los humanos, varía drásticamente. Aquí hay unos parámetros generales que los gerentes pueden utilizar para aumentar la calidad de sus objetivos.
- ◊ Permita que los responsables de alcanzar los objetivos tengan voz en fijarlos.
- ◊ Especifique los objetivos lo mejor posible.
- ◊ Relacione los objetivos a acciones específicas cuando quiera que sea necesario.

## "Establecimiento de objetivos organizacionales"

### Introducción:

Como ya sabemos toda organización pretende alcanzar sus objetivos para superar a la competencia en el mercado, un objetivo organizacional es una situación deseada que la empresa intenta lograr, es una imagen que la organización pretende para el futuro, por otro lado al alcanzar el objetivo, la imagen deja de ser deseada y se busca otro para ser alcanzado. Los objetivos organizacionales son un conjunto de ideas realizables que tiene la alta gerencia en distintas áreas de su interés, las cual son plasmadas en su proyección futura y que se encuentran contenidas en la misión y visión.

Una organización lo conocemos como una estructura administrativa que son creadas por las mismas personas para poder llegar a un objetivo o meta, dependiendo del tipo de organización es como va a ir direccionada tu empresa.

Es importante tener la mejor y más compleja información sobre como hacen nuestras tareas, ante quien responder y en que medida, esta es la importancia de lo que llamamos organización del trabajo. En este ensayo se verá reflejado que es la organización y los métodos para tener una buena organización empresarial.

## Desarrollo:

Los objetivos son los fines hacia los cuales está encaminada la actividad de una empresa, los puntos finales de la planeación y aun cuando no pueden aceptarse tal cual son, el establecerlos requiere de una considerable planeación.

Los objetivos son una obligación que se impone una empresa porque es necesaria, esencial para su existencia. Algunas características de los objetivos son; claridad, flexibilidad, Medible o Mesurable, Realista, Coherente y Motivador, su jerarquía se divide en cinco pasos; objetivos individuales, objetivos departamentales, objetivos de división, objetivos corporativos y metas.

Por otro lado el establecimiento de objetivos implica seguir una metodología lógica que contemple algunos aspectos importantes para que los objetivos reúnan algunas de las características señaladas, como por ejemplo; Escala de prioridades para definir objetivos e identificación de estándares. Estos objetivos se definen en tres tipos; largo, mediano y corto plazo.

La importancia de los objetivos organizacionales dan a los gerentes y a los demás miembros de la organización importantes parámetros para la acción en áreas como;

guía para la toma de decisiones.

guía para la eficiencia de la organización.

guía para la coherencia de una organización.

guía para la evaluación de desempeño.

Así como hablamos de parámetros también están las áreas para formular un sistema administrativo.

tivo como por ejemplo; posición en el mercado, innovación, productividad, recursos físicos y financieros (ganancias, desempeño global y desarrollo, responsabilidad pública).

Los objetivos deben ser hechos en términos operacionales, es decir si una organización tiene objetivos operacionales, los gerentes deben ser capaces de decir si estos objetivos están siendo alcanzados al comparar los resultados con los objetivos elaborados.

También los objetivos se administran por APO que es un enfoque de administración que tomando como base el modelo de sistemas, se orienta al logro de resultados. En donde cada puesto define sus objetivos en términos de resultados a lograr (y no de actividades), que sean coherentes, específicos, prioritarios, desafiantes y tendientes al mejoramiento permanente; a través de un estilo de liderazgo que privilegia la participación y la delegación de manera que dichos objetivos provoquen la motivación del personal apuntalen la planificación y el control de gestión y sirvan como marco de referencia para la administración de los recursos humanos.

Toda organización necesita tener alguna finalidad una razón de los porqués de su existencia y de lo que desea realizar. Necesita definir su misión, sus objetivos y el tipo de clima organizacional que desea crear para los socios de los que depende en la consecución de sus fines.

Un objetivo organizacional es una situación deseada que la empresa intenta lograr, es una imagen que la organización prefiere 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.

Establecer objetivos organizacionales no es fácil, implica a las partes interesadas, elementos que a veces están fuera de tu control, por eso elaborar un plan sólido utilizando el marco anterior puede ayudarte a establecer mejores metas y objetivos. Medir y alcanzar esos objetivos es más exigente que ponerlos en marcha.

También los objetivos incluyen fechas específicas del objetivo o su terminación implícita en el año fiscal, resultados financieros proyectados logrando llevar a cabo su misión y cumplir con los compromisos de la empresa. Parámetros para establecer objetivos cualitativos permiten que los responsables de alcanzar los objetivos tengan voz en fijarlos, especifican los objetivos lo mejor posible y relacionan los objetivos a acciones específicas cuando quieran que sea necesario.



## conclusion:

Los objetivos organizacionales son de una alta importancia, dependiendo de como se desea proyectar la empresa, lograr cumplir estos es una tarea muy ardua. Pero si se toma nota y se aplican los datos expuestos en este documento se tendran una serie de herramientas utiles. Saber o engrandecer la empresa en un futuro es un trabajo que muy pocas entidades toman en serio, muchos se quedan con solo unas lineas plasmadas en la visión, pero al pasar de los años, no han hecho lo suficiente para dar el cumplimiento o por lo contrario no visibnan y viven el día a día.

En la actualidad hay mucha competencia en el mercado y si quieres que tu empresa sea una de las mejores en competencia debemos de tomar en cuenta tus objetivos claros y seguirlo al pie de la letra para que tus metas se cumplan y tu empresa tenga una mejor administración, siempre tener en cuenta una visión en un futuro, porque con los pasos de los años la tecnología va mejorando y hay mucha publicidad en el marketing. Así es como debemos tener en cuenta todos los objetivos que establecemos en la empresa.

# M E F E- COCA-COLA

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)

FACTORES DE EVALUACIÓN	PESO (P)	CALIFICACIÓN (C)	PRODUCTO (P*C)
<b>OPORTUNIDADES</b>			
O1 Ostentar reconocimiento global lo que le permite ocupar un lugar en cualquier mercado del mundo.	0,10	3	0,30
O2 Naciones en desarrollo.	0,05	3	0,15
O3 Las personas voluntariamente desean adquirir productos con la esencia de coca Cola, pero disminuyendo los perjuicios de su salud. Por ejemplo Coca Cero Zero, Luz, etc	0,08	4	0,32
O4 Existencia de medios comerciales en las nuevas tecnologías.	0,20	3	0,60
O5 Existencia de territorios muy ricos en recursos en Latinoamérica, ideales para la sustituto de Coca Cola.	0,03	4	0,12
O6 Ampliación de las carteras de productos para satisfacer a nuevos clientes.	0,06	5	0,30
O7 Altas Tasas de Desempleo lo cual facilita, la inserción de plantas productoras y distribuidoras de coca-cola.	0,05	3	0,15

AMENAZAS				
A1	Existencia de reformas laborales, lo que obliga a Coca Cola a reestructurar el presupuesto y las estrategias para el recursos humanos.	0,04	4	0,16
A2	Políticas cambiantes sobre los productos de alto contenido de azucar.	0,07	4	0,28
A3	Competencia con Pepsi.	0,16	5	0,80
A4	Competidores Indirectos.	0,07	3	0,21
A5	Ingreso de Productos Sustitutos, por ejemplo Frutaris.	0,04	4	0,16
A6	Amplia variedad de productos con iguales características que existen en el mercado, hace que los consumidores sean mas exigiendo y perdiendo fidelidad a la marca.	0,05	3	0,15
<b>TOTAL</b>		<b>1,00</b>		<b>3,70</b>