

## 1. Formulación de objetivos.

La determinación de objetivos responde a la pregunta ¿qué estamos buscando y a dónde queremos llegar?

En primer lugar determina los **objetivos cuantitativos**. A continuación se exponen algunos ejemplos siguientes:

- Aumento del porcentaje de mercado.
- Aumento del volumen de ventas.
- Aumento de la rentabilidad.

En segundo lugar, determina los **objetivos cualitativos**, que a priori presentan mayor dificultad, ya que no son cuantificables. Aquí tienes algunos ejemplos:

- Notoriedad en el mercado
- Transmitir una imagen de marca
- Posición relativa.
- Margen de contribución positivo.

### Ejemplo de la Formulación de objetivos.

La empresa andaluza de suministro de componentes industriales ha decidido ampliar su mercado al sur de Portugal. Para ello ha elaborado un plan de marketing en el que se determinan los siguientes objetivos.

#### 1. Objetivos cuantitativos.

	2013	2014	2015
Rentabilidad	13%	16%	19%
Incremento de ventas	30%	40%	50%
Incremento de rentabilidad	2%	3%	3%

Gracias a la entrada en el mercado del Sur de Francia sin intermediación de otras empresas, Induservi SA se marcará como objetivo para los próximos tres años (2013, 2014, 2015) situar su rentabilidad en un 13%, 16% y 19% respectivamente.

Asimismo, el acceso a este nuevo mercado deberá suponer un incremento de las ventas del 30% en 2013, 40% en 2014 y 50% en 2015, con el fin de alcanzar una rentabilidad de un 2%, 3% y 3% respectivamente.

#### 2. Objetivos cualitativos.

- Diversificación sectorial. El incremento de las ventas debe provenir de un mayor reparto de la facturación en los diferentes sectores, lo que permitirá reducir los riesgos de dependencia del crecimiento de un solo sector.
- Diversificación geográfica. Ampliar el mercado geográfico de la empresa con la entrada en el mercado del norte de Francia. Esto implica la entrada en un mercado menos competitivo, lo que favorecerá el incremento de la rentabilidad.
- Diversificación del producto. La gran capacidad técnica y especialización de sus recursos humanos tiene que ser aprovechada en un incremento de la cartera de servicios ofertados y en la potenciación de algunos de los servicios que ya se ofertan.
- Mejora de la imagen corporativa con el fin de convertir a Induservi SA a medio plazo en una referencia para los clientes de su sector.