

TALLER DE PLAN DE NEGOCIOS I

Módulo 2

ETAPA 3- PITCH SÓLIDO

1. Definición de metas e hitos.

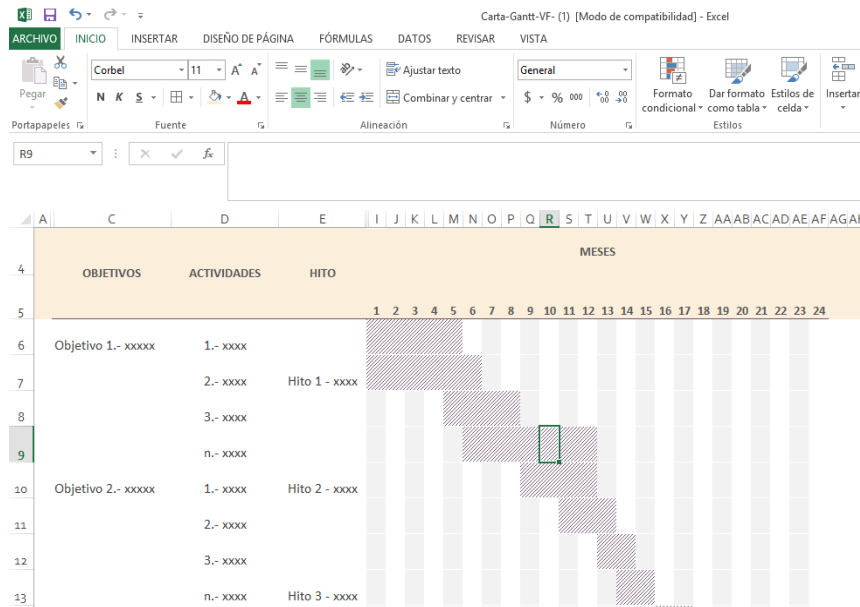
Las metas e hitos muestran qué queremos alcanzar de forma concreta y qué actividades son claves para lograr los objetivos de un negocio.

Hitos

Los hitos son momentos específicos dentro del ciclo de vida de un negocio. Son hechos que se destacan porque, al cumplirse, dan paso a un siguiente nivel en pos de lograr metas. Marcan el inicio o término de una etapa importante en un proyecto.

Una forma sencilla de visualizarlos y controlar si se están cumpliendo los hitos, es ubicarlos en una Carta Gantt. La Carta Gantt es una herramienta de planificación donde se enlistan actividades claves para lograr objetivos, considerando el tiempo que demoran en realizarse. En este instrumento se puede visualizar los hitos y constatar si se está cumpliendo con la planificación de un proyecto dado. Permite hacer un seguimiento.

Hay programas computacionales especializados para crear instrumentos de planificación, pero una planilla Excel puede resolver muy bien este útil elemento. En ella se enlistan las actividades en una columna y en las filas se colocan fechas. De esa forma veremos cómo avanza cada una y cuáles son los hitos que dan paso a una 2da etapa y así consecutivamente.



Metas

Las metas definen el logro de un propósito en un negocio. Refleja el resultado esperado o imaginado por la empresa para cierto objetivo. A continuación, se analiza la mancomunada relación entre objetivo y meta.

Un objetivo permite llegar a una meta. Como consecuencia ambos poseen al menos 3 características (en algunos modelos se plantean 5) que permitirán que, como empresa, se logre avanzar de forma eficiente y sin perder el foco en la consecución de dichas metas.

- Debe ser realista: esto quiere decir que la empresa debe plantear objetivos que se puedan cumplir. Una meta inalcanzable pasa a ser más bien un sueño, una fantasía, por lo tanto es clave fijar metas realistas. Que sean ambiciosas, pero sensatas, considerando las capacidades y recursos.

- Debe ser medible: este elemento es muy importante porque se debe plantear objetivos en términos numéricos. De esa forma podremos compararlo con las metas, las que deben expresarse en términos numéricos también.

Un ejemplo: si una empresa busca como meta que las ventas crezcan un 10% en relación al año anterior. Los dueños podrán comparar ambas cifras y determinar si la meta se logró o no.

Otro ejemplo, aumentar la satisfacción de clientes donde la meta es llegar a un 7. Para este caso se debe utilizar algún mecanismo que permita “cuantificar la satisfacción”. El instrumento más utilizado para estos casos es la encuesta, donde se maneja una escala para valorizar el grado de satisfacción. Se usan conceptos como “muy satisfecho” a “muy insatisfecho” y la persona califica de 1 a 7, por ejemplo, el grado que mejor representa su satisfacción. Si al tomar la encuesta obtenemos un promedio 5, se compara con la meta que era un 7 y analizamos por qué no logramos lo deseado.

- Se debe indicar un horizonte de tiempo. Esta última característica es clave para que las metas se cumplan en un margen de tiempo determinado. Se puede indicar si serán de corto, mediano o largo plazo, precisando si se trata de un objetivo cuyo seguimiento es mensual, semestral, anual, etc.

Por ejemplo, si se indica que se busca crecer en un 10% las ventas, pero no se colocan plazos, la empresa puede estar eternamente sin llegar a la meta, ya que no hay presión para lograr ese objetivo.

El objetivo y la meta no son sinónimos. La diferencia radica en la esencia medible, concreta y específica del objetivo, en contraste con la visión más amplia y general de la meta, la cual implica proyección de lo deseado. Los objetivos son pasos para alcanzar la meta.