



LA MEGA

Nº 1611

DOCUMENTOS PLANNING®

Por: Carlos Alberto Mejía Cañas
Consultor / Gerente

En los ejercicios de planeación estratégica es frecuente hablar de la MEGA, para significar con ello la aspiración o el logro máximo que una empresa se propone obtener o desarrollar.

En consecuencia, la MEGA es la gran meta, el logro mayor, algo grande y superior, retador y audaz, que supera por mucho los propósitos cotidianos de realización, progreso o desarrollo de una empresa.

Frecuentemente se relaciona con logros comerciales superiores como valor de ventas, número de clientes, territorios, indicadores de crecimiento o profundización, entre muchos otros, pero puede referirse también a logros en investigación y desarrollo, innovación, liderazgo empresarial, generación de resultados, transformación empresarial, desarrollo de productos o mercados, incorporación de nuevas tecnologías o de nuevos conocimientos, desarrollo del recurso humano, etc. Cada compañía, según sus circunstancias y la vocación de sus dueños o directivos, establece su MEGA y el horizonte de tiempo para lograrla.

La MEGA no es algo que se le ocurre de un momento a otro a una compañía, que le parece apropiado y lo selecciona como el gran objetivo a perseguir. La MEGA es un ideal que surge de bases técnicas serias y convicciones acendradas para su postulación como el gran logro, ante todo debe ser verosímil y, por lo tanto, viable y factible.

La MEGA debe surgir del desarrollo de ventajas competitivas sin iguales de una empresa, lo cual la convierte en la “palanca” objetiva necesaria para su realización. No sería lógico partir de la suposición que sin competencias o capacidades bien desarrolladas se van a lograr metas superiores y prácticamente extraordinarias. Primero debe tenerse la fortaleza desarrollada o la ventaja competitiva superior ganada y luego el establecimiento de la MEGA sobre bases objetivas.

Ahora, la MEGA no es sólo un “lema de batalla” para simplemente motivar y retar a los empleados de una organización, aunque también sirva para ello, la definición de este ideal es el inicio de una serie de actos conscientes y programados que conducen a su realización.

El logro de una MEGA puede requerir su planificación en metas parciales, las cuales, paulatinamente, van acercando la meta final. Es como una carrera de obstáculos, sólo si se supera la barrera anterior, se puede avanzar hacia el siguiente.

Siendo exigente y retador, la MEGA es un excelente elemento director del pensamiento y la acción, permite definir y establecer prioridades, diseñar planes de acción, proyectos y programas, con un norte claro y un horizonte de tiempo determinado para su cumplimiento.

A propósito, tan importante como la definición de la MEGA y sus logros parciales, es la precisión de su horizonte final de culminación y los horizontes parciales, para que se pueda materializar su realización. Metas muy ambiciosas para ser ejecutadas en cortos períodos de tiempo se convierten en difícilmente alcanzables, tienden a crear más tensión, desánimo y desconcierto que compromiso real con su logro.

La MEGA exige liderazgo, gestión y seguimiento: no se logra sola, requiere que en su realización haya personas que lideren y gestionen su ejecución, con exigencia, por un lado, pero con motivación, por el otro. En la práctica puede suceder una de varias cosas:

- Si hay compromiso y labor para el logro de la MEGA y ésta se obtiene, debería existir un reconocimiento (emocional, económico, o ambos) para quienes participaron en su realización y una reflexión empresarial sobre los hechos (experiencias y enseñanzas ganadas) que condujeron a tan buen resultado, de tal manera que se capitalicen y se potencien nuevos retos hacia el futuro.
- Por el contrario, aún con buen compromiso y dedicación, si la MEGA no

se logra, puede ser un motivo de gran frustración, pero también de inmensa auto crítica para determinar las causas que impidieron su realización y establecer los correctivos necesarios, con la oportunidad conveniente.

- Si en el camino la MEGA pierde su carácter director y los participantes su entusiasmo por lograrla, probablemente estamos en frente de una MEGA mal definida por su magnitud, por el tiempo de realización o por las condiciones para desarrollarla.

Aunque no todos los procesos de planeación estratégica determinan una MEGA, no es mala idea intentarlo, una buena MEGA es como el faro en la tormenta, direcciona y motiva para llegar a buen puerto.

Noviembre 2016

Acerca de Planning

Planning es una empresa privada colombiana creada en 1997, que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.



Servicios: Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los vínculos:

- ✓ [Competitividad y Estrategia](#)
- ✓ [Mercadeo Eficaz](#)
- ✓ [Valor agregado eficiencia y productividad](#)
- ✓ [Desarrollo de propuestas de valor](#)
- ✓ [Estrategia y Scorecard](#)
- ✓ [Inteligencia de Negocios](#)
- ✓ [Sistema Planner](#) - Costos, rentabilidad y gestión
- ✓ [Sistema Monitor](#) - Competitividad, estrategia y riesgo



Recomiende a un amigo: Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#) para entrar a la página de referidos.



Información de contacto: Para contactarse con nosotros [pulse aquí](#), escribanos a info@planning.com.co o llámenos al teléfono (574) 4120600 en Medellín.

Síganos en:

[twitter](#)

[facebook](#)