

Acta Grupo de Estudio
Febrero 26 de 2019

Asistentes

- | | |
|---------------------------|--------------------------|
| - Luz Maria Rivas | - Diana Londoño |
| - Carlos Alberto Montoya | - Jorge Vélez |
| - William Franco | - Carlos Chinchilla |
| - Carlos Andrés Jaramillo | - Maria Mercedes Peláez |
| - Juan Camilo Maya | - Alejandro Rozo |
| - Ricardo Arango | - Susana Álvarez Delgado |
| - César Correa | - Santiago Zapata |

Objetivo de la reunión: Presentar el proceso de tesis de grado de MBA por Susana Álvarez y Santiago Zapata, contando con el grupo de estudio como grupo de expertos para la retroalimentación de este.

1. Contextualización:

- Se pretende desarrollar una metodología para el proceso estratégico de PYMEs en crisis.
- Innovación EAFIT (área de consultoría de la universidad) no cuenta con asesoría o acompañamiento en temas de estrategia a [pequeñas](#) empresas, dado que no cuenta con la metodología para esto.
- Generar una metodología para el proceso estratégico en PYMEs que pueda ser usado a futuro y que no sólo se quede como un requisito de grado.
- Darle una visión desde la estrategia a la crisis de las PYMEs y no solo desde el ámbito financiero.

2. Etapas (reflejadas en objetivos específicos)

- Identificar las herramientas que se utilizan para la formulación del proceso estratégico
- Adaptar un conjunto de herramientas seleccionadas para la formulación del proceso estratégico de las PYMEs considerando sus características diferenciadoras.
- Aplicar la metodología en una PYME.
- Construir la guía

3. Etapas del proceso estratégico

- Diagnóstico: en qué estado está la PYME
- Formulación: de la estrategia
- Implementación: recomendaciones para la implementación
 - o Se propone: hacer seguimiento en cuanto a la implementación y la valoración monetaria de las acciones estratégicas propuestas.

4. Etapa de diagnóstico:

- Realización de entrevista estructurada con el gerente, dueño o diferentes empleados de la PYME
- Seguir un cuestionario, cuyas respuestas permitan analizar la información, y que esta pueda ser plasmada en un infográfico
 - Las preguntas van dirigidas a arrojar información sobre las siguientes herramientas: círculo dorado, clasificación por escuela, lienzo propuesta de valor, recursos y capacidades, 5 fuerzas de Porter, PESTEL
 - El infográfico es la síntesis del cuestionario y a la vez, muestra el panorama completo de la empresa.
 - Se propone: Tener en cuenta las 4 perspectivas de un mapa estratégico para el desarrollo del cuestionario
- Diagnóstico en 6 frentes para la construcción de un radar
 - ¿Qué tan maduro está el proceso estratégico?
 - ¿Cómo está su desempeño financiero?
 - ¿Qué tan bien conoce a su cliente?
 - ¿Qué tantos riesgos tiene?
 - ¿Cómo está en capacidades y recursos?
 - ¿Cómo está su alineación con el entorno?
 - Se pretende construir una serie de escenarios: cada uno de los frentes tenga una calificación de 1 a 5, con la que se pueda crear un radar que facilite el análisis del consultor.
 - Se propone:
 - No solo quedarse en el conocimiento del cliente, puede que el problema sea qué se está haciendo con ese conocimiento.
 - Inclusión del diagnóstico del talento humano dentro de la PYME.
 - Análisis del líder.