

IDENTIDAD

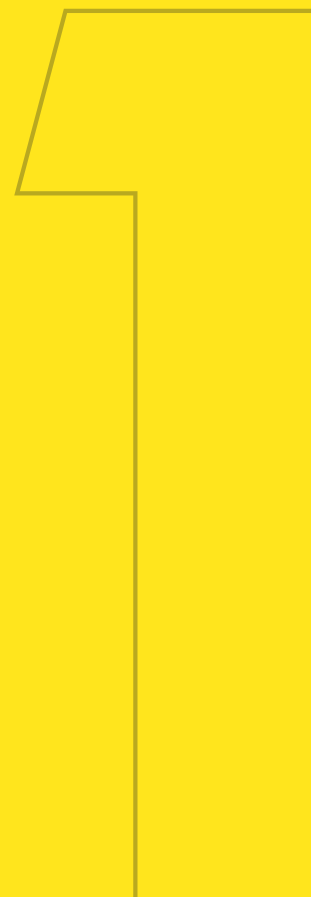
Metodología



Generar información inicial es clave para avanzar en un modelo de transformación en la gestión de tu organización.

Gestionar el proceso de datos, transformándolos en información circulante de tu organización, es el primer paso para determinar tu crecimiento sostenido.

Todo debe proyectarse en un ecosistema informativo, que promueve indicadores para avanzar a la segunda etapa; el modelo de gestión a través de una plataforma tecnológica confeccionada a medida para cada empresa y su necesidad, las organizaciones con las que trabajamos en nuestra firma son casos de éxito en la conformación de ecosistemas de información para la toma de decisiones en dinámicas de tiempo real.





OPORTUNIDAD

Generación de información

Evaluación Y diagnóstico

Evaluación de la cadena de valor actual. Se realiza un análisis exhaustivo de la cadena de valor actual de la empresa. Esto implica mapear y comprender todos sus procesos - dinámica interna/externa-. En CIRSIUM SA examinamos las interacciones entre los diferentes departamentos, funciones y perfiles por organigrama, para identificar ineficiencias que entorpecen o empobrecen la visión de marca respecto al cliente final.

Identificación de puntos débiles y áreas de mejora

Durante la evaluación, se identifican los puntos débiles y las áreas de mejora dentro de la cadena de valor. Esto puede incluir problemas relacionados con los tiempos de espera excesivos, costos elevados, calidad deficiente o falta de coordinación entre los departamentos hasta la ineficiencia operativa . Se recopilan datos relevantes y se utilizan herramientas de análisis para identificar las causas subyacentes de estos problemas.



Análisis de desempeño y benchmarking

Se lleva a cabo un análisis comparativo del desempeño de la cadena de valor de la empresa con respecto a los estándares de la industria y a los competidores clave. Esto ayuda a identificar áreas donde la empresa está rezagada y oportunidades para mejorar la competitividad.

Diagnóstico de procesos y sistemas

Se realiza un diagnóstico detallado de los procesos y sistemas dentro de la cadena de valor. Esto implica evaluar la eficiencia operativa, la utilización de recursos, la tecnología utilizada y la alineación con los objetivos estratégicos de la empresa.

Recopilación de retroalimentación interna y externa

Se recopila retroalimentación tanto interna como externa sobre la cadena de valor actual. Esto puede incluir comentarios de empleados, clientes, proveedores y otras partes interesadas clave. La retroalimentación proporciona información valiosa sobre cómo se percibe la empresa y dónde pueden estar los problemas.

Priorización de áreas de mejora

Basándose en los hallazgos de la evaluación y el diagnóstico, se priorizan las áreas de mejora en la cadena de valor. Se establecen criterios claros para la priorización, considerando factores como el impacto en los resultados financieros, la viabilidad de la implementación y la alineación con los objetivos estratégicos de la empresa.



Un método, definir uno propio para tu formato de empresa

A medida de tu organización es lo que sirve. En Cirsium BC nos especializamos en el diseño de métodos a medida para que cada organización pueda gestionar un ideal de trabajo en la gestión de su negocio.

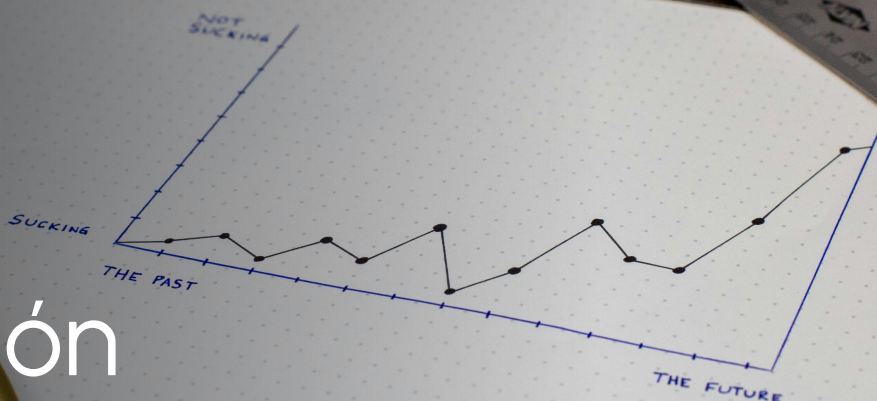
Para ello trabajamos con un protocolo que necesariamente consta de varias etapas:





RECURSOS

Definición del método



Planificación

- 1. Estructurada en un Método para tu organización:** Toda nuestra planificación es desarrollada bajo un protocolo que sigue la secuencia de nuestro Método CIRSIUM BC. Cada secuencia en sus resultados opera el proceso de mejora continua.
- 2. Comprensión de la cadena de valor:** Es crucial tener una comprensión completa de la cadena de valor de la empresa, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del producto final al cliente. Esto implica identificar todas las actividades y procesos involucrados en la creación y entrega del producto o servicio.
- 3. Análisis de los procesos clave:** Identificar y analizar los procesos clave dentro de la cadena de valor es esencial. Estos son los procesos que tienen un impacto significativo en la calidad, costos y tiempos de entrega. Se debe evaluar la eficiencia y efectividad de estos procesos para identificar oportunidades de mejora.
- 4. Establecimiento de objetivos:** Basándose en la comprensión de la cadena de valor y el análisis de los procesos clave, es importante establecer objetivos claros y específicos para mejorar la cadena de valor integral. Estos objetivos pueden incluir la reducción de costos, la mejora de la calidad, la optimización de los tiempos de entrega, entre otros.
- 5. Diseño de mejoras:** Desarrollar un plan detallado para implementar mejoras en la cadena de valor. Esto puede implicar la implementación de nuevas tecnologías, la reingeniería de procesos, la optimización de la logística, entre otras estrategias. Es importante asegurarse de que las mejoras estén alineadas con los objetivos de la empresa y sean factibles desde el punto de vista técnico y económico.



6. **Asignación de recursos:** Identificar y asignar los recursos necesarios para implementar las mejoras planificadas en la cadena de valor. Esto puede incluir recursos financieros, humanos, tecnológicos y de infraestructura. Es importante asegurarse de que los recursos estén disponibles en el momento adecuado y en la cantidad adecuada para evitar retrasos en la implementación.
7. **Implementación y seguimiento:** Implementar las mejoras planificadas en la cadena de valor y realizar un seguimiento continuo del progreso. Es importante monitorear los indicadores clave de rendimiento (KPI) para evaluar el impacto de las mejoras y realizar ajustes según sea necesario.
8. **Colaboración con proveedores y clientes:** La planificación de la cadena de valor integral también debe incluir la colaboración con proveedores y clientes. Esto puede implicar la optimización de la cadena de suministro, la colaboración en el desarrollo de productos o servicios, y la implementación de prácticas de gestión de relaciones con los clientes para mejorar la satisfacción y fidelización.
9. **Mejora continua:** La planificación de la cadena de valor integral es un proceso continuo que requiere una mejora constante. Es importante fomentar una cultura de mejora continua dentro de la empresa y estar siempre atento a nuevas oportunidades para optimizar la cadena de valor y mantener la competitividad en el mercado.

Route Map

1. **Para conocer tu negocio:** La organización trabajando en tu Core Business. Identificar en la organización el core business es la herramienta de orden primario donde se alinean todos los esfuerzos de los distintos departamentos hacia un mapa de ruta donde todas las metas son posibles
2. **Entender la metodología existente:** El primer paso es comprender completamente la metodología de gestión existente que se quiere convertir en un "ROUTE MAP". Esto implica estudiar sus componentes, procesos, herramientas y principios fundamentales.
3. **Identificar los objetivos del "ROUTE MAP":** Se deben establecer los objetivos específicos que se esperan lograr con la creación del "ROUTE MAP". Estos objetivos pueden incluir la estandarización de procesos, la mejora de la eficiencia, la facilitación del aprendizaje organizacional, entre otros.



4. **Evaluar las necesidades y capacidades del cliente:** Es importante comprender las necesidades y capacidades únicas del cliente para adaptar el "ROUTE MAP" a su contexto específico. Esto puede implicar entrevistas con el personal clave, análisis de documentos internos y evaluaciones de la cultura organizacional.
5. **Mapeo de procesos:** Se realiza un mapeo detallado de los procesos clave de la metodología de gestión. Esto implica identificar las actividades, los responsables, las entradas y salidas de cada proceso, así como las interdependencias entre ellos.
6. **Identificar puntos críticos y áreas de mejora:** Durante el mapeo de procesos, se identifican los puntos críticos y las áreas de mejora dentro de la metodología de gestión existente. Estos pueden incluir cuellos de botella, redundancias, ineficiencias u otros problemas que obstaculicen el éxito.
7. **Desarrollar el "ROUTE MAP":** Con base en la comprensión de la metodología existente y las necesidades del cliente, se desarrolla el "ROUTE MAP". Esto puede implicar la creación de un documento visual que detalle los pasos a seguir, las mejores prácticas, las herramientas recomendadas y los hitos clave a lo largo del camino.
8. **Incluir medidas de seguimiento y evaluación:** Es fundamental incluir medidas de seguimiento y evaluación en el "ROUTE MAP" para poder monitorear su implementación y medir su éxito. Esto puede incluir indicadores de desempeño clave (KPI), revisiones periódicas y retroalimentación del cliente.
9. **Implementación y seguimiento:** Una vez desarrollado el "ROUTE MAP", se implementa en la organización del cliente. Es importante proporcionar apoyo continuo durante este proceso, así como realizar ajustes según sea necesario para garantizar su efectividad a lo largo del tiempo.
10. **Capacitación y comunicación:** Se brinda capacitación y se comunica adecuadamente a los empleados sobre el nuevo "ROUTE MAP" y los cambios asociados en la metodología de gestión. Esto ayuda a garantizar una adopción exitosa y una alineación con los objetivos organizacionales.
11. **Iteración y mejora continua:** El "ROUTE MAP" se somete a iteraciones y mejoras continuas a medida que se recopila retroalimentación y se identifican nuevas oportunidades de mejora. Este proceso de mejora continua es fundamental para mantener la relevancia y efectividad del "ROUTE MAP" a lo largo del tiempo.



Proyecciones

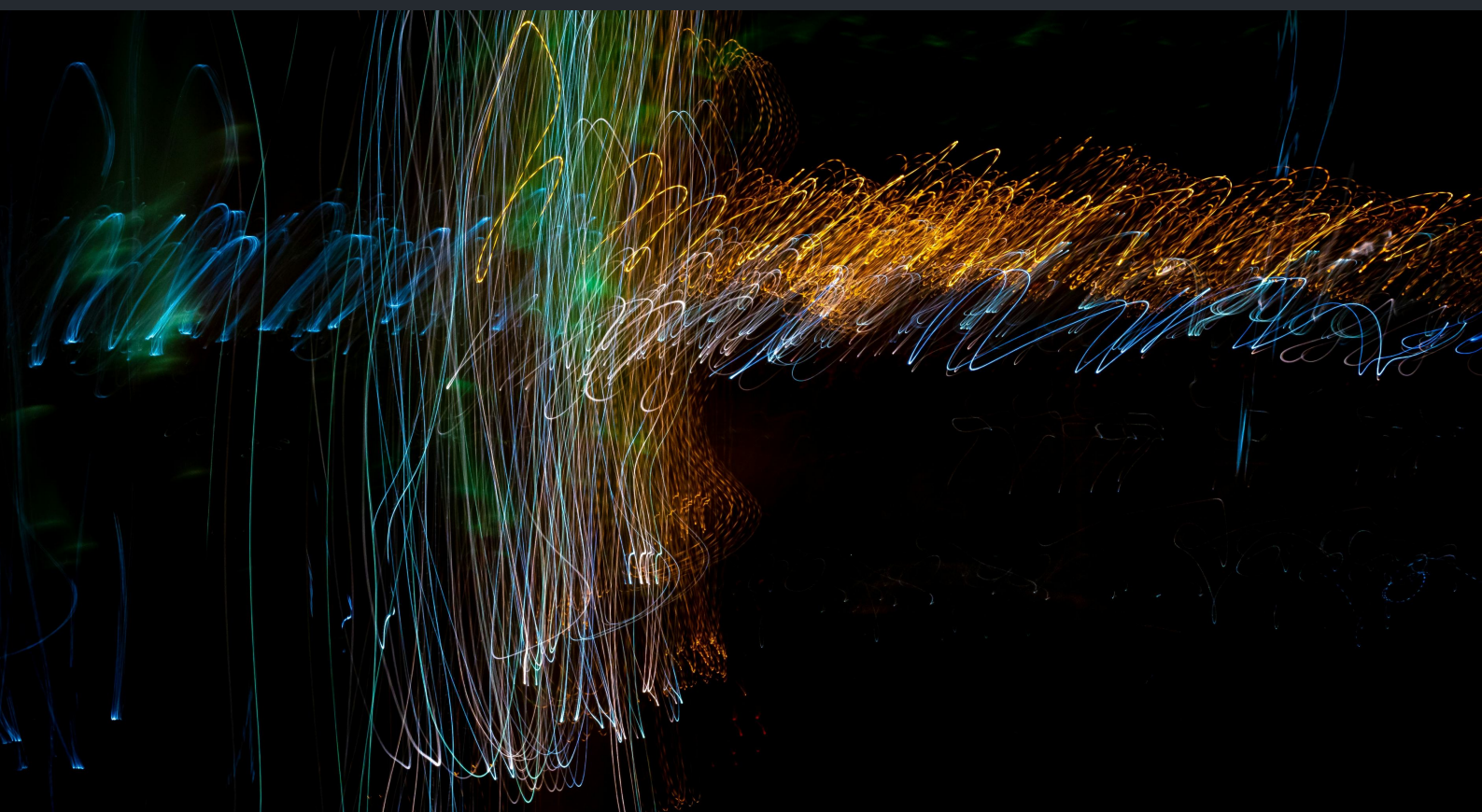
Identificamos el Valor, las inversiones orientadas a tu Core Business. Las proyecciones que se siguen un Route Map se transforman en vectores de crecimiento para una organización. Saben hacia donde van y lo más importante “como”.

Esto es crecimiento sostenido.

Drivers

¿Cuáles son en tu organización los drivers con los que generas alianzas estratégicas?

Esta pregunta en las organizaciones desafía los liderazgos más altos de la jerarquía directiva. Identificar tus drivers de corto, mediano y largo plazo, traza sustentabilidad en la calidad del resultado





Cirsium

Business Consulting

Construyendo caminos claros hacia el éxito empresarial de PYMEs en LATAM. Buscamos conectar, escalar y acompañar a nuestros clientes en cada paso de su viaje hacia un futuro próspero y sostenible.