

Giacomo Barbieri y Luis Mario Mateus

Departamento de Ingeniería Mecánica, Universidad de los Andes (Bogotá, Colombia)

Toma de decisiones estratégicas en la adquisición de activos para pymes: un enfoque participativo

Las decisiones estratégicas se caracterizan por su profundo impacto en el desempeño futuro de una organización, su dificultad para ser revertidas y el largo período de tiempo entre tomar la decisión y obtener resultados. La adquisición de activos representa una decisión de gran importancia para cualquier empresa, y esto se vuelve aún más relevante en el caso de las pequeñas y medianas empresas (pymes), dado que suelen enfrentar restricciones en cuanto a la disponibilidad de capital para inversiones significativas.

Para tomar decisiones acertadas, es esencial tener una comprensión clara de los criterios de decisión y respaldarse en modelos apropiados que se ajusten a la naturaleza de la decisión que se debe tomar. Existen diversos enfoques disponibles para este propósito. Según Matheson y Matheson (1998), uno de los principios fundamentales de las organizaciones inteligentes es fomentar la participación en el proceso de toma de decisiones. En este contexto, este trabajo presenta los resultados de la aplicación de un enfoque participativo en el proceso de toma de decisiones relacionado con la adquisición de nuevos activos en el departamento de Ingeniería Mecánica de la Universidad de los Andes.

Este proceso involucra un problema de decisión multiatributo, ya que las alternativas de adquisición compiten en diversas dimensiones que, por lo general, no son fácilmente comparables, dado que los activos de los laboratorios universitarios no están necesariamente vinculados a requisitos de producción. El desarrollo del método se inició con entrevistas a los actores involucrados en el proceso de adquisición para identificar criterios relevantes en la toma de decisiones. Una vez definidos estos criterios, se aplicó el Proceso Analítico Jerárquico para crear una función de utilidad que permitiera comparar diferentes alternativas. Finalmente, el método se aplicó a un caso de estudio.

Además de demostrar la eficacia del método desarrollado, este ejercicio ilustra cómo la creación participativa promueve la transparencia y la confianza en el proceso, así como el empoderamiento de los actores que participaron en su diseño.

Referencia

Matheson, D., & Matheson, J. E. (1998). The smart organization: Creating value through strategic R&D. Harvard Business Review Press.