



**INSTITUTO DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DEL ESTADO DE
CHIAPAS, A. C.**

MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS

MATERIA: DESARROLLO ORGANIZACIONAL

**ACTIVIDAD: 4.- SÍNTESIS DEL MODELO NACIONAL PARA LA COMPETITIVIDAD
DE MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS**

ALUMNO: ING. JAIRO ALEXANDER LÓPEZ HERNÁNDEZ

DOCENTE: MTRO. HÉCTOR GABRIEL GUILLÉN GARCÍA

TAPACHULA, CHIAPAS A 27 DE FEBRERO DE 2015

MODELO NACIONAL PARA LA COMPETITIVIDAD DE MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS

Al hablar del modelo nacional para la competitividad de las empresas, debemos tener bien claro que un modelo es la herramienta directiva que tiene por objeto provocar una reflexión estratégica que incida en el desarrollo de capacidades y ventajas competitivas difíciles de imitar para mejorar, aprovechar y responder oportunamente a los retos del entorno en el que operan.

El modelo nacional para la competitividad de las medianas y grandes empresas en nuestro país, radica en la investigación profesional y académica de las capacidades diferenciadoras de las organizaciones mexicanas y de otras regiones del mundo que han sabido responder a los retos de un nuevo entorno, esta es una de las grandes claves de las empresas que han sobresalido ya que se adaptan a los cambios del mercado.

Por las transformaciones que se presentan, las organizaciones exitosas siempre buscan adaptarse a los cambios para poder responder a los nuevos retos, lo cual con lleva a la modificación de las estrategias, estructuras y procesos. En la actualidad las organizaciones requieren: estar conscientes de los cambios en el entorno y saber responder de manera rápida a las oportunidades o amenazas que se presenten, definir claramente las estrategias que los conduzca a un buen fin, contar con los recursos y capacidades para poder cumplir con las estrategias establecidas, evaluar constantemente el avance que se tengan en la organización para saber si la estrategia aplicada está dando resultados y lo más importante es contar con un modelo de innovación ya que esto nos permite estar actualizado.

El Modelo Nacional para la Competitividad es innovador, con la finalidad de mantener su vanguardia y con ello garantizar su utilidad como guía directiva para promover la competencia. Este modelo tiene bases que permiten dar forma a una cultura de alto desempeño, lo cual caracteriza el pensamiento y la acción de las empresas más sobresalientes por los resultados alcanzados. Los principios del modelo son: liderazgo estratégico, para mejorar el ambiente de trabajo y lograr buenos resultados en toda organización debe haber un líder y no un jefe, quien va a controlar las actividades a desarrollar; logro de resultados, para cumplir con las metas establecidas todos los empleados deben tener un interés común; enfoque al cliente, toman en cuenta las necesidades que tienen los usuarios; calidad de la operación; responsabilidad por la gente; impulso a la innovación; construcción de alianzas, corresponsabilidad social.

Los componentes básicos del modelo nacional para la competitividad de las medianas y grandes empresas son reflexión estratégica, ejecución y resultados, por lo que a continuación se explica cada uno de ellos.

Reflexión estratégica

La estrategia va a permitir a las organizaciones estructurar cómo van a operar en el futuro, cómo se van a enfrentar a los retos del entorno y cómo van a gestionar sus recursos y procesos. La estrategia busca la obtención de ventajas competitivas para la empresa, situándola en una posición favorable dentro del sector donde se encuentra.¹

En este primer componente se deben analizar las prácticas que la organización establece para fijar su rumbo con base a un conjunto de estrategias que le van a permitir cumplir con las metas fijadas, así como también hay que definir los objetivos estratégicos y planes de acción. La fijación de los objetivos estratégicos debe tener presente las expectativas de los accionistas y otras partes interesadas, y la visión a medio y largo plazo de la organización. Los objetivos estratégicos deberán estar cuantificados y ser específicos en un determinado marco temporal. Es decir, deberán incluir cuáles son los niveles de facturación, beneficios, rentabilidad, cuota de mercado, etc. esperados en un determinado plazo de tiempo.

Ejecución

La ejecución es uno de los componentes determinantes para poder obtener los resultados esperados, para ello se debe aplicar los planes de acción al pie de la letra. La ejecución de la estrategia debe contemplar: liderazgo, clientes, personal, procesos, información y conocimiento, desarrollo sustentable.

El liderazgo en una organización es clave en la determinación del rumbo de la misma, ya que el líder conoce las actividades que se van a ejecutar para llegar a un fin y si no funciona saber como controlar dichos procesos. Para ser líder se deben tener los principios de creencias firmes, optimismo, valor, práctica constante, trabajo en equipo, comunicación como los empleados, visión guiadora e integridad.

Para el crecimiento de la organización se necesitan los clientes (demanda), ya que ellos son los que van a consumir el producto o usar el servicio que ofrece la empresa por eso es importante establecer relaciones que aseguren la lealtad y evaluar sistemáticamente la satisfacción del cliente. La organización debe conocer el

¹ http://www.centrosdeexcelencia.com/dotnetnuke/portals/0/Estrategia_Pyme_indust.pdf

mercado y clientes que va a cubrir con su producto o servicio, propuesta de valor, venta de productos y servicios, experiencia del cliente, lealtad del cliente y administración del portafolio de productos y servicios.

Los resultados dentro de la organización se logran con la participación del personal por su eficiencia operativa, productividad, mejora continua e innovadora. Para que el recurso humano sea más eficaz y eficiente, la organización debe hacer una planeación estratégica del personal, mejorar el sistema de trabajo, desarrollo del personal, mejorar el entorno de trabajo para generar confianza entre los empleados, dar reconocimientos y recompensas a los empleados ya que esta es una manera de motivar al personal para el alto rendimiento.

Los procesos son el conjunto de actividades sistemáticas que nos permiten transformar los insumos en un producto o servicio para satisfacer las necesidades del cliente. A través de los procesos se logra la ejecución de los objetivos estratégicos por eso es importante considerar el diseño, la innovación, la administración y la mejora.

La información y el conocimiento se enfocan en el análisis de como la organización recopila, selecciona, administra y utiliza los datos para la toma de decisiones y la mejora e innovación en todos los niveles de la organización.

En cuanto al desarrollo sustentable la organización debe establecer mecanismos para no afectar el medio ambiente con los procesos que tiene que implementar para su crecimiento. La Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD), mediante el denominado "Informe Brundtland", establece que el desarrollo sustentable se refiere al que "satisface las necesidades de la generación actual sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades".²

Resultados

Se refiere a los indicadores para evaluar la capacidad de la organización con base a los logros y mejoras. Los resultados nos sirven para analizar si se cumplieron con las metas esperadas, de no ser así poder identificar las causas que no permitieron que se cumpliera con los objetivos trazados. Para un análisis más preciso los resultados contemplan cinco indicadores clave que son los clientes, lo financiero, el personal, los procesos y el desarrollo sustentable. En cuanto al indicador de cliente se debe verificar si el cliente está satisfecho con el servicio o

² <http://www.altonivel.com.mx/9693-el-desarrollo-sustentable-en-los-negocios-clave-para-tu-empresa.html>

producto, tomar en cuenta las quejas y reclamaciones. En cuanto a lo financiero ver el rendimiento sobre la inversión, utilización de activos, costo de mano de obra, productividad de la operación. En el personal hay que evaluar los niveles de participación del personal, satisfacción del personal, seguridad y bienestar. En cuanto a los procesos hay que evaluar el diseño del producto, tiempo del ciclo, productividad mejora continua de procesos e infraestructura de sistemas.

Entre las nuevas modalidades de análisis de los competidores se pueden destacar el análisis competitivo y el “bechmarking”. El análisis competitivo se puede asimilar al análisis estratégico (interno y externo), mediante el cual se trata de poner de manifiesto la posición competitiva de la propia empresa y de los competidores más directos, para conocer las ventajas o desventajas relativas, a partir de técnicas de diagnóstico. Mientras que el benchmarking puede entenderse como el proceso continuado de medir procesos, servicios y prácticas contra los competidores más duros o aquellas empresas reconocidas como líderes en sus respectivas industrias.³

Bibliografía

Premio nacional de calidad. Modelo para la competitividad medianas y grandes empresa.

http://www.centrosdeexcelencia.com/dotnetnuke/portals/0/Estrategia_Pyme_indust.pdf

<http://www.altonivel.com.mx/9693-el-desarrollo-sustentable-en-los-negocios-clave-para-tu-empresa.html>

<http://html.rincondelvago.com/direccion-estrategica-de-la-empresa.html>

³ <http://html.rincondelvago.com/direccion-estrategica-de-la-empresa.html>