



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

MAESTRIA EN ADMINISTRACION Y POLITICAS PÚBLICAS

MATERIA

DESARROLLO ORGANIZACIONAL

DOCENTE

MTRO. HECTOR GABRIEL GUILLEN GARCIA

TEMA

**SÍNTESIS DEL MODELO NACIONAL PARA LA COMPETITIVIDAD MEDIANAS Y
GRANDES EMPRESAS**

ALUMNO

BERNARDO DANIEL CABRERA GOMEZ

TAPACHULA, CHIAPAS A 27 DE FEBRERO 2015

SÍNTESIS DEL MODELO NACIONAL PARA LA COMPETITIVIDAD MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS

En la actualidad las empresas viven impactos sociales que afectan la economía y ante la invasión mundial de las empresas transnacionales la competencia para las empresas medianas y grandes tiene una mayor exigencia de calidad en los servicios y productos, siendo una afectación de competencia para las empresas, el objetivo del Modelo Nacional para la Competitividad es alinearlos hacia una participación de resultados exitosos. El recordar el auge que muchas empresas tuvieron hace 20 años nos da un panorama amplio del cambio tan radical que la sociedad ha mantenido en el paso de los años, las empresas han tenido que demostrar la habilidad comercial, adaptándose con liderazgo, innovación y estrategias que les permita mantener una competencia sana.

El rezago administrativo ha marcado a muchas empresas que han sido mejorados por la eficacia y eficiencia del mercado profesional, han favorecido a las demandas sociales y a la adaptación de un clima competitivo. Para que las empresas obtengan resultados esperados, será de suma importancia que tengan estrategias definidas en base al entorno al que están inmersos, proyectar líneas de acción que les permita definir objetivos específicos que den un orden lógico, claro y preciso de lo que se quiere lograr, es muy importante que las empresas tengan un rumbo bien definido que les ayudara a tener mejores condiciones, de dar dirección y orientación a las actividades que desempeñan.

El análisis del entorno de la empresa proyecta a la organización a un entendimiento razonable sobre las circunstancias de su entorno, el fracaso o éxito de la empresa viene acompañado de puntos primordiales de competencia, los atributos del producto, los recursos, las competencias, las habilidades competitivas. El cliente factor más importante de toda organización, busca satisfacción en todos los sentidos, ha quedado atrás la satisfacción en la calidad de los productos, pero si bien es cierto la sociedad es cambiante y las empresas entienden que la calidad de los productos acompañado de un buen trato genera una satisfacción concreta que permita al cliente tener la confianza de volver a contar con sus servicios.

Las tendencias que afectan de manera directa a las empresas es la tecnológico, hay procesos que la tecnología permita ahorrar, tiempo, mano de obra, productividad y calidad, sin duda una de las exigencias más notorias que permita generar mucho valor positivo dentro de las empresas.

Los factores externos que afectan de manera incontrolada a las empresas son las políticas y movimientos sociales, se podrá tener una empresa eficaz y eficiente pero la inflación en el mercado de valores, las demandas e inconformidades sociales, vienen a generar un ambiente de preocupación y hostilidad dentro de la organización.

Dentro de la competitividad las empresas generan sus propias oportunidades de acuerdo a la capacidad de control de sus estrategias y objetivos, que permita brindar al cliente mejores precios, servicios y productos de calidad.

Las organizaciones cuentan con herramientas suficientes para realizar un diagnóstico interno que le permita generar información que le ayude a la toma de decisiones, a fin de poder contribuir en el cumplimiento del objetivo establecido. El análisis FODA permite analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas en la organización, este análisis permite capitalizar con mayor respaldo el análisis de acuerdo al diagnóstico interno.

Todas estas herramientas son responsabilidad de estudio de los directivos o titulares de las empresas, la voluntad de participación de los colaboradores de las empresas son lo más importante y con ayuda de un buen liderazgo las estrategias se pueden cumplir con mayor responsabilidad y compromiso de parte del capital humano.

El ejemplo del compromiso mostrado de un directivo debe servir de modelo con su comportamiento ético y congruente al involucrar, comunicar dar asistencia y apoyo al personal que está inmerso en el rumbo estratégico, la alta dirección evalúa y da seguimiento al desempeño global de la organización.

Los líderes son los responsables de promover la cultura organizacional, promoviendo los principios y valores de la organización y como lo aterricen al personal a fin de obtener una cultura enfocada a la mejora continua y desarrollo de las ventajas competitivas.

Los mecanismos con los que se cuenta para impulsar la cultura en la organización son: los principios y valores de calidad, la aplicación de código de conducta.

Este punto es de suma importancia porque para tener éxito en el exterior, se tiene que ser excelente en lo interno y para ello la dirección deberá promover capacitación sobre temas de calidad total y acerca de los principios, valores y código de conducta que se ha definido en la organización, alineación de la estructura organizacional, para hacerla comprensible y manejable, orientada al servicio personalizado de los clientes y usuarios finales y con ella adecuarlo a las estrategias, facilitar la participación informada del personal y capitalizar su experiencia y conocimiento.

La rendición de cuentas va mucho más allá de la situación financiera, si no que se vincula al trabajo diario relacionadas a la misión y objetivo de la empresa que permita dar a conocer los resultados y apoyos para lograr los objetivos específicos mediante las líneas de acción tomadas en la empresa, el impacto del trabajo que se está realizando, esta información genera una mayor credibilidad de la institución.

Por la importancia de tener un liderazgo efectivo dentro del mercado competitivo de las medianas y grandes empresas se crean ocho principios del Modelo Nacional de Competitividad.

Liderazgo estratégico; los líderes de las organizaciones competitivas se caracterizan por su integridad y su capacidad para entender los retos del entorno, identificar oportunidades, establecer estrategias y propuestas de valor para generar ventajas competitivas difíciles de imitar.

Logro de resultados; el rumbo estratégico de las organizaciones competitivas se logra mediante una ejecución sustentada en el alto desempeño y el logro de resultados balanceados.

Enfoque al cliente; las organizaciones competitivas se caracterizan por la toma en que conocen y anticipan las necesidades de sus clientes, se alinean a ellas y generan valor a través de su propuesta de valor.

Calidad de la operación; la administración de las organizaciones competitivas se sustenta en procesos de calidad, estructurados y confiables que facilitan la toma de decisiones basada en hechos para impulsar la mejora continua y la innovación.

Responsabilidad por la gente; el capital humano de las organizaciones competitivas es valorado y su desarrollo se basa en el aprendizaje continuo, el respeto y su facultamiento, lo que facilita el alto desempeño, el logro tanto de los objetivos de la organización como de los objetivos personales, asegurado con ello la sustentabilidad organizacional.

Impulso a la innovación; las organizaciones competitivas favorecen una cultura de innovación que se refleja en sus modelos de negocio y administración, lo que les permite diferenciarse en los mercados y alcanzar la sustentabilidad económica, social y ecológica.

Construcción de alianzas; las organizaciones competitivas desarrollan y mantienen alianzas estratégicas con clientes, proveedores, sociedad, instituciones educativas y de gobierno, que contribuyen a la generación de valor a través del desarrollo de sus capacidades clave, su crecimiento y sustentabilidad.

Corresponsabilidad Social; el desarrollo sostenido de las organizaciones competitivas se sustenta en un comportamiento ético y de legalidad que refleja un compromiso sólido y proactivo con la sustentabilidad económica, social y ecológica.

Con estas herramientas creadas teóricamente para el rendimiento competitivo que en la actualidad se demanda, ante la creciente necesidad de cumplir con las exigencias del mercado y clientes, las organizaciones se obligan a prepararse ante el entorno que

se les presente con estrategias para permanecer en el mercado ante aspectos sustanciales que demandan mayor eficiencia en las empresas.

Economia, S. d. (s.f.). Premio Nacional de Calidad. *Instituto Nacional del Emprendedor*.