



ALUMNO:
VALENTÍN PÉREZ MARTÍNEZ.

DR. HÉCTOR GABRIEL GUILLÉN GARCÍA.

MATERIA:
DESARROLLO ORGANIZACIONAL.

ACTIVIDAD 4.

TAPACHULA DE CÓRDOBA Y ORDOÑEZ CHIAPAS, FEBRERO DE 2015.

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

Es preciso que con anterioridad al abordar este tema conozcamos que el Modelo Nacional para la Competitividad es una guía de dirección, aplicable a todo tipo de empresas e instituciones independientemente de su tamaño y sector. Su diseño ha sido pensado para facilitar un proceso de reflexión en los directivos sobre la dinámica del entorno en el que participa su organización, para definir estrategias que le permitan capitalizar retos y oportunidades y generar valor en el corto, mediano y largo plazo. (<http://www.pnc.org.mx/modelo-nacional-competitividad-medianas-grande-empresas/s.f.>)

Ahora bien, el Modelo Nacional para la Competitividad Medianas y Grandes Empresas son la guía directiva para medianas y grandes empresas; orienta el alto desempeño empresarial con un enfoque hacia el desarrollo de capacidades y ventajas competitivas difíciles de imitar para mejorar, aprovechar y responder oportunamente a los retos del entorno. Es por ello que el Modelo Nacional para la Competitividad está estructurado en las tres grandes áreas que debe contemplar la gestión organizacional: la reflexión estratégica sobre el rumbo de la organización, el despliegue o ejecución de la estrategia y por último los resultados de la planeación estratégica. (<http://www.fcc.org.mx/Archivos/ModeloNacionalparalaCompetitividad2014.pdf> s.f.)

a) Reflexión Estratégica

Es necesario realizar con metodología una reflexión estratégica de la organización empresarial, definiendo el negocio, su oficio, misión, visión y valores a compartir, junto a sus conocimientos esenciales y estrategias básicas que se sintetizan en los factores clave de éxito para alcanzar las ventajas competitivas que logren en el futuro una mayor fidelización de clientes y óptimas rentabilidades. Es un proceso que resume el entendimiento de la organización y de su entorno, y cuyo resultado es una perspectiva integradora de la empresa que sienta las bases para la definición del rumbo y el establecimiento de su estrategia.

b) Ejecución

La ejecución es el entendimiento de los procesos críticos para la implementación de la estrategia, cuyo impacto se refleja en el fortalecimiento de las capacidades organizacionales.

El despliegue o ejecución de la estrategia debe contemplar:

- **Liderazgo**

Cuando se adopta el papel de líder de una organización, mucho de su estilo depende de cómo maneje sus habilidades, tanto técnicas así como humanas y conceptuales. En cuanto a la habilidad técnica pudiera referirse a la capacidad para poder utilizar en su favor o para el grupo, los recursos y relaciones necesarias para desarrollar tareas específicas y afrontar conflictos.

- **Clientes**

El mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo.

La disciplina del diseño de servicios pone herramientas para entender cómo es la relación con el usuario del servicio, la evolución de la experiencia del cliente a lo largo de la interacción con nuestra organización y cómo se pretende dar respuesta a los problemas identificados en el mismo y sobre todo, como diseñarla de una forma estructurada y razonablemente predecible.

- **Personal**

Las acciones propuestas para potenciar la motivación laboral en los colaboradores: están dirigidas a influir en la capacitación de los mismos en el tema de la motivación laboral, planes de estudio de los programas de estudio planificación y diseño de instrumentos de evaluación, la atención individual a los colaboradores con la finalidad de influir positivamente en su labor, la adecuación de los planes de trabajo-coordinación, instrucción y educación, así como establecer o mejorar el proceso de evaluación y estimulación, como un medio de fortalecer la motivación de estos hacia el trabajo.

- **Procesos**

Los procesos clave de la organización son el medio a través del cual se logra la ejecución de los objetivos estratégicos y se asegura la solidez en la generación de valor para el cliente, es por ello que el diseño, la innovación, la administración y la mejora son temas fundamentales a considerar en este tema.

- **Información y Conocimiento**

La información y el conocimiento se enfocan al análisis de cómo 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.

- **Desarrollo Sustentable**

El enfoque al desarrollo sustentable establece en la organización un compromiso con los grupos de interés, asegura con ello su crecimiento en el presente sin generar impactos ambientales o sociales que pongan en riesgo su permanencia en el futuro. Las organizaciones que se comprometen con este enfoque entienden los cambios que

se generan en el medio ambiente y la sociedad, identifican las oportunidades y riesgos, asumen compromisos y toman decisiones para establecer las bases que inciden en una mayor competitividad.

c) Resultados

Contempla la definición de indicadores para evaluar la capacidad de la organización con base a los logros y mejoras, asimismo los resultados se analizan a través de comparaciones referenciales con organizaciones caracterizadas por el alto desempeño y los competidores de la organización.

En una organización de alto desempeño se puede identificar su rumbo estratégico a través de los indicadores que utiliza para medirse y con ello garantizar su competitividad y sustentabilidad.

Los resultados contemplan cinco indicadores clave de una organización:

- **Clientes**

Se refiere a la satisfacción del cliente, la fidelización de clientes, la adquisición de nuevos clientes, la rentabilidad del cliente o el valor añadido que aporta la organización al cliente.

La noción de satisfacción del cliente refiere al nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio. La lógica indica que, a mayor satisfacción, mayor posibilidad de que el cliente vuelva a comprar o a contratar servicios en el mismo establecimiento.

- **Financieros**

La perspectiva del cliente permite a los directivos de unidades de negocio articular la estrategia de cliente basada en el mercado, que proporcionará unos rendimientos financieros futuros de categoría superior.

Podemos decir que este indicador es una razón financiera que compara el beneficio o la utilidad obtenida en relación a la inversión realizada, es decir, representa una herramienta para analizar el rendimiento que la empresa tiene desde el punto de vista financiero.

El rendimiento sobre la Inversión muestra la capacidad básica de la entidad para generar utilidades, o lo que es lo mismo, la utilidad que se obtiene por cada peso de activo total invertido. Proporciona el nivel de eficacia de la gestión, el nivel de rendimiento de las inversiones realizadas.

- **Personal**

El involucrar al personal en las decisiones que afectan el ambiente laboral es muy importante para generar compromiso en los colaboradores. A diferencia de los mecanismos de control, caracterizados por la imposición o el autoritarismo, el permitir que los colaboradores participen significa una estrategia de empoderamiento que

impacta directamente en su calidad de vida. Los colaboradores buscan aplicar y desarrollar sus conocimientos, y sentirse orgullosos de su trabajo y de la organización para la cual trabajan. Tiene un valor más allá de aceptar lo que ya está implantado: significa también estimular la creatividad de los colaboradores.

Además, el involucramiento y la participación de los colaboradores se relacionan con el mejoramiento de los resultados del negocio y aumentos en las utilidades de las empresas, así como con incrementos en la productividad, calidad y trabajo en equipo.

- **Procesos**

Existe la necesidad de mejorar constantemente los productos y los servicios que se producen para seguir siendo competitivos. La innovación es una necesidad básica en todo lo que se hace. El análisis del valor o ingeniería del valor proporciona una manera conveniente de organizar la innovación, enfocada a mejorar el valor de los productos y de los servicios

- **Desarrollo Sustentable**

La evaluación de impacto ambiental se ha convertido en una herramienta indispensable de políticas públicas, que permite conocer la situación ambiental actual, determinar el cambio a producirse por el desarrollo de las actividades humanas, evaluarlo, pronosticar las tendencias a futuro y proponer las medidas de prevención, corrección o mitigación.

A partir de esto, se pueden definir los retos a futuro, o puntos a tratar, en el proceso de evaluación del impacto ambiental en relación con la compleja problemática de indicadores e información que los sostiene, como revisión y ajuste de la legislación y normatividad existente; fortalecimiento de redes de monitoreo ambiental; certificación de las consultorías que emiten los informes técnicos; fortalecimiento de la infraestructura; mejoramiento de su estado económico y de recursos humanos; transparencia de la información y rendición de cuentas, con inclusión de un mecanismo transparente, claro y eficaz de consulta pública; unificación metodológica y técnica, con posible desarrollo de guías específicas para diferentes tipos de obra; formación de un sistema de información inter e interinstitucional.

Bibliografía

<http://www.pnc.org.mx/modelo-nacional-competitividad-medianas-grande-empresas/>

<http://www.fcc.org.mx/Archivos/ModeloNacionalparalaCompetitividad2014.pdf>

http://ibccmx.org/index.php?option=com_content&view=article&id=14:modelo-nacional-para-la-competitividad&catid=8:sobre-premio&Itemid=11