



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

“LA CASA DE LOS SERVIDORES  
PÚBLICOS”

---

MAESTRÍA EN LÍNEA  
ADMINISTRACIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS

SEGUNDO CUATRIMESTRE  
DESARROLLO ORGANIZACIONAL

TUTOR  
HECTOR GABRIEL GUILLEN GARCÍA

ACTIVIDAD 4:  
SÍNTESIS DEL MODELO NACIONAL PARA LA COMPETITIVIDAD,  
MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS

ALUMNO  
ALAN FABRIZIO SÁNCHEZ NAVARRO

27 de febrero del 2015  
Tapachula, Chiapas

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

A partir de la liberación de los mercados en una economía global, que cuenta con consumidores cada vez más demandantes de productos y servicios de calidad que brinden la satisfacción de sus necesidades. Esto ha provocado que las grandes empresas tengan que buscar los medios necesarios para cubrir las necesidades de segmentos de mercados que sean rentables a la organización.

Para mantener el rumbo de las organizaciones en 1986 la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial a través de la Dirección General de Normas, impulsó la creación del Premio Nacional de Calidad con el objeto de reconocer a empresas cuyos productos cumplieran con las normas oficiales mexicanas (Premio Nacional de Calidad, 2015). Siendo una herramienta que tiene por objetivo crear una administración estratégica, que ayude al desarrollo de capacidades, generando ventajas competitivas, aprovechando y respondiendo a las oportunidades, previendo las futuras amenazas del entorno en el que operan, incrementando las posibilidades de crecimiento, rentabilidad, agregando una imagen de responsabilidad y sustentabilidad.

El modelo Nacional para la competitividad plantea ocho principios que contribuyen a dar forma a una cultura de alto desempeño, elementos que caracterizan el pensamiento y la acción de las organizaciones. Tomando al liderazgo estratégico como primer principio ya que partiendo de la alta gerencia y su participación como líder capaz de establecer estrategias que generen ventajas competitivas.

El segundo principio se ve reflejado en el logro de resultados, ya que el líder debe guiar el rumbo estratégico esto se logra mediante una ejecución sustentada en el alto desempeño. Estos primeros principios van de la mano con el enfoque al cliente, ya que es una fuente de información para anticiparse y conocer sus necesidades a través de propuestas de valor, creando así una calidad de operación principio que guía a la toma de decisiones y retroalimenta a los procesos de calidad con la mejora continua.

Los siguientes principios promueven al recurso humano como una de las fortalezas para su crecimiento y desarrollo, la responsabilidad por la gente se basa en el aprendizaje continuo, lo que facilita el alto desempeño, para consolidar los objetivos de la organización. Otro principio que permite diferenciarse en los mercados y alcanzar

la sustentabilidad económica, social y ecológica es el impulso a la innovación, la construcción de alianzas también contribuyen a la generación de valor a través del desarrollo de sus capacidades clave, su crecimiento y sustentabilidad, generando así un principios integrales que sean capaces de tener corresponsabilidad social, un comportamiento ético y de legalidad que refleja un compromiso sólido con la sustentabilidad económica, social y ecológica.

El Modelo Nacional para la Competitividad en Medianas y Grandes Empresas es una herramienta directiva que tiene por objeto generar una reflexión estratégica, que incida en el desarrollo de capacidades y ventajas competitivas difíciles de imitar, que soporten la ejecución impecable de las estrategias, aproveche y responda a las oportunidades del entorno en el que operan, incrementando las posibilidades de crecimiento y sustentabilidad.

Dicho modelo contempla tres factores importantes para el desarrollo de las medianas y grandes organizaciones. Como primer factor marca a la reflexión estratégica, la cual contempla fijar su rumbo con base a un conjunto de estrategias que se despliegan en toda la organización, la misión, visión, valores juegan un rol importante para determinar los factores de éxito de acuerdo a la dinámica del entorno, donde la importancia de conocer los factores externos, aprovechando las oportunidades y contrarrestando el impacto de posibles amenazas que puedan dañar en las debilidades de una organización, por ello es importante conocer los recursos y capacidades siendo las principales fortalezas.

Al realizar un análisis externo e interno para la toma de decisiones, generado objetivos estratégicos que a su vez van alineados de recursos y capacidades en planes de acción que contempla un mapa de posibles riesgos, así mismo evaluación en la ejecución de los procesos. La definición de los objetivos se establecen en forma general para la empresa y se deberán ver reflejados en objetivos específicos para cada área funcional de la empresa, es, decir debe aterrizar los objetivos generales en planes de acción para todos los niveles jerárquicos de la organización.

Como segundo factor se encuentra la ejecución, aquí es donde integra todos los componentes que le dan ese rumbo a las organizaciones, comenzando con el liderazgo pieza clave del desarrollo de las capacidades y la cultura organizacional, así como, la respuesta que se da a los requerimientos legales, sociales y ambientales. También es importante conocer los mecanismos para alentar el desarrollo de las competencias, motivar al personal aprendizaje continuo, la innovación y sobre todo la participación de todos los niveles.

En estos procesos de búsqueda de creatividad e innovación, no hay que olvidar que los altos mandos desempeñan un papel estratégico ya que debe dar ejemplo a los demás aceptando cada día la revisión de los procedimientos de trabajo y debe garantizar un clima de tolerancia, el éxito implica la participación tanto del nivel operativo como el gerencial el flujo de estas fuerzas constituyen una valiosa fuente de aprendizaje.

El conocimiento del mercado y de los clientes da pauta a la segmentación, lo cual las organizaciones deben conocer las necesidades presentes y futuras del mercado meta, agregando a ello las propuestas de valor agregado que sean referentes a los principales competidores, que también las posibles alianzas son estrategias para enfrentar en mercado demandante de productos y servicios de calidad.

Todo producto o servicio de una organización debe ir encaminado a la satisfacción de una necesidad o a la solución de un problema de un segmento de mercado definido. Lo anterior es la base que fundamenta el posible éxito de una empresa, por lo que estos elementos de éxito deben establecerse de manera correcta y concretamente. Si se cumple con ello, los productos o servicios poseerán ciertas características particulares, distintivas, que los diferencian de los similares, presentes en el mercado.

Lo más importante para una organización son sus clientes, por lo tanto, se debe crear un producto que se debe desarrollar y ajustar de acuerdo con los satisfaga las necesidades y gustos del cliente, se debe desarrollar y ajustar de acuerdo con los constantes cambios en los gustos del consumidor. Se debe conocer al detalle todos los elementos que constituyen un producto o servicio ayudará a mejorarlo y a hacerlo más atractivo para el cliente.

Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga, es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado. Para ello deben escogerse rutas o canales de distribución mediante los cuales se transporte el producto desde el centro de producción hasta el consumidor de la manera más eficiente posible. De esta manera la retroalimentación recae en la implantación de las experiencias del cliente, la utilización de herramientas tecnológicas para evaluar el nivel de satisfacción, como la capitalización de redes sociales o atención a las quejas y reclamaciones.

Ahora bien desde el interior de la empresa el valor del recurso humano recae en la inteligencia de las personas donde se encuentra en la raíz y el corazón de la innovación. Sin embargo, la inteligencia debe estar acompañada de materiales adecuados y de buenas herramientas, por ello los conocimientos y la experiencia

constituyen elementos esenciales para innovar y generar ese valor agregado que marque diferencia a la competencia. Las empresas deben centrarse cada vez más en utilizar al máximo los conocimientos, inteligencia y la imaginación de sus empleados. Esta práctica ha hecho que muchas empresas utilicen distintas herramientas o medios para motivar a sus empleados a que propongan ideas que puedan mejorar los procedimientos de la empresa, así como productos y servicios.

En un entorno en el que las tendencias se orientan gradualmente hacia la responsabilidad social, no obstante los recursos financieros no deberían ser un obstáculo o barrera para las medianas y grandes empresas, donde las estrategias de desarrollo sustentable generen ese valor agregado a la sociedad y entorno ecológico ganando la lealtad de los empleados y clientes con una imagen más responsable.

Por ultimo encontramos a los resultados el cual 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. Los resultados contemplan cinco indicadores clave de una organización: Resultados de clientes, resultados financieros, resultados de personal, procesos y desarrollo sustentable, todos ellos buscan evaluar mediante los indicadores y así estar en constante retroalimentación en la mejora continua.

Es importante recalcar que un plan estratégico una parte vital de cualquier organización. Al realizarlo, se obtendrán objetivos claros y formas para realizar control sobre las actividades. Por ello la importancia de los indicadores de evaluación en la toma de decisiones y así poder hacer los cambios necesarios adecuados para que las estrategias lleven a los resultados deseados.

## Bibliografía

*Premio Nacional de Calidad.* (2015). Obtenido de <http://www.pnc.org.mx>