**INSTITUTO DE ADMINISTRACION PÚBLICA DEL ESTADO DE CHIAPAS**

MAESTRIA DE ADMINISTRACION Y POLITICAS PÚBLICAS

**“MODELO NACIONAL PARA LA COMPETITIVIDAD MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS (MNC)”**

**ALUMNO:**

CESAR ROBERTO VILLEGAS APODACA

**CATEDRATICO:**

HECTOR GABRIEL GUILLEN GARCIA

TAPACHULA DE CORDOVA Y ORDOÑES, CHIAPAS. FEBRERO 2015

MODELO NACIONAL PARA LA COMPETITIVIDAD MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS (MNC).

Considerado el Modelo Nacional para la Competitividad, como herramienta directiva, el cual tiene por objetivo; provocar una reflexión estratégica la cual impulse el desarrollo de las capacidades organizacionales, que refuercen y lideren la generación de ventajas competitivas sostenibles, para así optimizar y actuar frente a las oportunidades del micro y macro-entorno en el que ejercen para así Incrementar las posibilidades de Crecimiento y sustentabilidad de las empresas; este modelo es otorgado por el Instituto para el Fomento a la Calidad Total (IFC), el cual lo deja al alcance de los líderes empresariales para impulsar el desarrollo de las capacidades organizacionales que fortalezcan la generación de ventajas competitivas sostenibles.

Este Modelo Nacional de Competitividad se caracteriza por contar con las premisas de: La clave del éxito de la estrategia se encuentra al interior de la organización y que la generación de ventajas competitivas se sustenta en el desarrollo y fortalecimiento de las capa­cidades clave de la organización.

La evaluación del Premio Nacional de Calidad, se realiza a través de este Modelo Nacional de Competitividad (MNC), el cual evalúa como la organización; aprovecha las oportunidades y responde a los retos que le presenta su entorno y sus resultados de desempeño. Dicho modelo se asienta sobre el proceso de investigación de las escuelas estratégicas tales como de Chandler, de Michael Porter, y de las Capacidades y Recursos de Barney así como de Kaplan y Norton.

El Modelo Nacional para la Competitividad (MNC), cuenta con los siguientes Principios:

Liderazgo Estratégico, Logro de Resultados, Enfoque al Cliente, Calidad de la Operación, Responsabilidad por la Gente, Impulso a la Innovación, Construcción de Alianzas y Corresponsabilidad Social.

Así como también el Modelo cuenta con tres componentes básicos los cuales permiten promover la reflexión de las organizaciones en aras de ayudarles a conocerse interna y externamente para mejorar su competitividad y asegurar su continuidad.

**1.- Medición de Resultados de Competitividad y Sustentabilidad**

La organización debe precisar una política de cumplimiento de las expectativas de sus grupos de interés y demostrar su capacidad de asegurar su competitividad y sustentabilidad, para la identificación de su rumbo estratégico, mediante los indicadores de evaluación de los resultados de desempeño, de sustentabilidad y la gestión de los riesgos y oportunidades.

Para evaluar los resultados de desempeño, Para evaluar los resultados de sustentabilidad y Para la administración de los riesgos y oportunidades.

Estos resultados contemplan cinco Indicadores clave de una organización.

1.- Clientes, 2.- Financieros, 3.- Personal, 4.- Procesos y 5.- Desarrollo sustentable

**2.- Reflexión Estratégica sobre el rumbo de la organización**

Se debe tener un conocimiento completo e integral de la organización y de su entorno, lo cual le permitirá sentar sus bases para la Definición de la Dirección y [Planeación Estratégica.](http://www.isotools.org/balancedscorecard/) Bajo los siguientes aspectos:

1. Rumbo de la Organización
2. Entendimiento del entorno de la Organización
3. Análisis de las Capacidades de la Organización
4. Estrategias y Objetivos Estratégicos
5. Alineación, implementación y evaluación de los objetivos Estratégicos

**3.- Ejecución y Despliegue de la Estrategia**

El desarrollo y aterrizaje de la planificación de la Estrategia implica el entendimiento de los procesos críticos, que va a repercutir en el fortalecimiento de las capacidades organizacionales lo cual se logra a través de Liderazgo del grupo Directivo; siendo en una organización, clave para la determinación del rumbo de esta. El desarrollo de sus capacidades y cultura organizacional. Contemplando los siguientes aspectos:

1. Liderazgo
2. Clientes
3. Personal
4. Procesos
5. Información y conocimiento
6. Desarrollo sustentable

**Bibliografía:**

* Modelo Nacional para la Competitividad - Medianas y Grandes Empresas; *Instituto para el Fomento a la Calidad Total, A.C.* Presentación Los Cambios de 2012; Derechos Reservados. INDA No. 03-2012-071013025600-01
* Mejorar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas, del sector agrícola (en el caso del feader) y del sector de la pesca y la acuicultura (en el caso del femp.); dirección general de fondos comunitarios, *subdirección general de programación territorial y evaluación de programas comunitarios,* 22 de Abril del 2014.
* Membrado, J. (1999): *La Gestión Empresarial a través del Modelo Europeo de Excelencia de la E.F.Q.M.,* Diaz de Santos, Madrid.
* Gómez A. Palaci F. El constructo «Orientación a la calidad total» y su medida: *el Cuestionario OCT Psicothema,* vol. 15, núm. 3, 2003, pp. 433-439, Universidad de Oviedo España.
* Mosqueira, Lovón Percy, “Plan estratégico de desarrollo económico local de la provincia de Espinar para el mediano plazo 2006-2010”, http://www.eumed.net/libros/2008c/429/Definiciones%20de%20cadena%20productiva.htm.