**C:\Users\Antonio\Desktop\PLANEACION ESTRATEGICA, Dr. ANTONIO PEREZ GOMEZ, antonio@imagenidea.com.mx\logo_2.png**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS**

**DESARROLLO ORGANIZACIONAL**

Actividad 4

**“SÍNTESIS DEL MODELO NACIONAL**

**PARA LA COMPETITIVIDAD MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS”**

Maestrante: **César Iván Córdova Vera**

Maestro: **Héctor Gabriel Guillén García**

Tapachula, Chiapas, México. A 27 de Febrero del 2015.

**Índice**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. Introducción. |  | 03 |
| 1. Principios del Modelo Nacional para la Competitividad |  | 04 |
| 1. Modelo Nacional para la Competitividad, Medianas y Grandes Empresas |  | 05 |
| 1. Reflexión Estratégica |  | 06 |
| 1. Ejecución |  | 07 |
| 1. Resultados |  | 08 |
| 1. Conclusión |  | 10 |

**Introducción**

Diversas instituciones a nivel nacional han sido objeto de los procesos de cambios que la actualidad demanda, estos cambios han sentado su justificación en el desarrollo de las diversas tecnologías y el surgimiento de nuevas demandas sociales a diario; obligadas en el proceso de subsistencia a mejorar sus servicio e implementar políticas vanguardistas en cuanto a la oferta y la demanda. Estas van determinadas en cuanto a la calidad del servicio y del propio producto; los clientes en todo el mundo exigen mejores productos con alta y buena tecnología.

Con el avance tecnológico las empresas tienen que replantear sus estrategias, estructuras y procesos de producción y ventas. En la actualidad las organizaciones requieren.[[1]](#footnote-1)

* Estar conscientes de los cambios en el entorno y saber responder de manera ágil a las nuevas oportunidades o amenazas;
* Definir estrategias que los llevan en la dirección correcta, soportadas por una propuesta de valor innovadora para competir en los mercados más atractivos;
* Contar con los recursos y capacidades requeridas para ejecutar su estrategia;
* Ejecutar la estrategia con base a prácticas que los distinguen en el mercado y que son difíciles de imitar;
* Evaluar sistemáticamente el desempeño para conocer el avance en la implementación de sus estrategias y el valor generado a los grupos de interés; y
* Contar con un modelo de negocio que se caracterice por su innovación.

Es por ello que el objetivo del Modelo Nacional de Competitividad es guiar al empresario en la organización de las áreas críticas de la administración y orientar hacia la participación exitosa en el Premio Nacional de Calidad.

**Principios del Modelo Nacional para la Competitividad**

El Modelo Nacional para la Competitividad está en constante actualización, se mantiene a la vanguardia y garantiza su utilidad como guía directiva para impulsar la competitividad y sustentabilidad.

Los principios del Modelo Nacional para la Competitividad son[[2]](#footnote-2):

1. Liderazgo estratégico: los líderes de las empresas competitivas se caracterizan por su integridad y capacidad para enfrentar retos y establecer estrategias y propuestas para generar ventajas difíciles de imitar.
2. Logro de resultados: el rumbo estratégico se logra mediante una ejecución sustentada en el alto desempeño y el logro de resultados balanceados.
3. Enfoque al cliente: las empresas competitivas conocen a los clientes por ello se anticipan a sus necesidades.
4. Calidad de la operación: las empresas competitivas con procesos de calidad confiables facilitan la toma de decisiones e impulsan la mejora continua y la innovación.
5. Responsabilidad por la gente: el capital humano es valorado y su desarrollo se basa en el aprendizaje continuo.
6. Impulso a la innovación: la innovación en las empresas competitivas favorecen el negocio y administración y permite alcanzar la sustentabilidad económica, social y ecológico.
7. Construcción de alianzas: las empresas competitivas mantienen alianzas con clientes, proveedores, sociedad, instituciones educativas y gobierno para generar el desarrollo de sus capacidades clave, su crecimiento y sustentabilidad.
8. Corresponsabilidad social: el desarrollo se sustenta en un comportamiento ético y de legalidad.

**Modelo Nacional para la Competitividad, 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.[[3]](#footnote-3)

El Modelo Nacional para la Competitividad engloba a todas las organizaciones y/o empresas del mundo, a esto se conoce como “**entorno**”, las organizaciones primero tienen que reflexionar la estrategia a seguir, seguidamente alinean las estrategias con las capacidades organizacionales con las que cuenta dicha empresa u organismo, el cual los lleva a una ejecución por medio de las capacidad y estrategias de la organización, para finalizar con los resultados, estos resultados son el reflejo de todo el Desarrollo Organizacional que tiene la empresa.

**Reflexión Estratégica**

“La planeación estratégica es un conjunto de estrategias que se entienden en toda la organización, a través de objetivos y planes de acción, así como los ajustes que se hacen como resultado de evaluaciones o cambios en el entorno”.

Dentro de la planeación estratégica encontraremos cinco factores importantes que son:

1. Rumbo a la organización: es conocer cuál es la misión, visión y valores de la organización y conocer como fueron definidos.
2. Entendimiento del entorno de la organización: es saber la dinámica de su entorno de negocios, los factores que determinan el éxito o fracaso, lo que más valoran los clientes, tendencias económicas, tecnológicas, políticas, sociales, legales y ambientales que afectan a la organización, factores externos y que retos plantea, identificar amenazas y oportunidades en el entorno, clasificar y administrar los riesgos para disminuir el impacto ambiental.
3. Análisis de las capacidades de la organización: identificar los principales recursos y capacidades de la empresa para capitalizar oportunidades y superar amenazas del entorno, la diferencia que hay con sus competidores, nivel de desempeño actual, conocer las principales fuerzas y debilidades internas de la empresa.
4. Estrategias y objetivos estratégicos: analizar los retos a los que la empresa tiene que responder, las estrategias, objetivos estratégicos de la empresa, analizar las estrategias para dar respuesta a los requerimientos de los accionistas, clientes, personal, medio ambiente y sociedad, la administración de los riesgos que generan las estrategias planteadas.
5. Alineación, implementación y evaluación de los objetivos estratégicos: se visualiza la forma en que la organización convierte los objetivos estratégicos en planes de acción, la alineación de los recursos y capacidades para soportar la implementación del plan de acción, como se comunican y despliegan los objetivos estratégicos en la organización.

**Ejecución**

El liderazgo es importante en una organización, ya que ayuda a trabajar en equipo, hacer bien y mejor las cosas, a trabajar en armonía y todos como equipo ponerse la camiseta de la organización, con el liderazgo se obtienen más y mejores resultados en menos tiempo, resultados que se ven reflejados en calidad en productos y servicios y por ende mejores utilidades.

Los clientes, son las personas que valoran, califican y dan vida a una organización, la organización estará enfocada a satisfacer las necesidades los clientes ya que de ellos obtienen un pago que se convierte sueldos para los trabajadores de la organización.

El personal de una empresa es el capital humano necesario para realizar las operaciones de necesarias de la empresa a cambio de una retribución económica llamado sueldo, la planeación estratégica del personal es poner a la persona adecuada en el puesto adecuado, el sistema de trabajo es la capacitación que se le dé al trabajador así como estímulos y participación, el entorno de trabajo es el lugar físico en donde se desempeñan las labores así como el horario de trabajo, el reconocimiento se da a empleados que desempeñan bien su trabajo.

El proceso es la manera de cómo se deben alinear las estrategias de la organización, de acuerdo a las capacidades de la organización, diseño e innovación de procesos es implementar cosas nuevas o mejorar las ya existentes, todo se lleva a cabo por medio de la administración y mejora de los procesos para darle continuidad en la operación por medio de la cadena de suministro.

El desarrollo sustentable es hacer el negocio rentable y que no afecte al medio ambiente, involucrando y rindiendo cuentas a la sociedad, para evaluar la sustentabilidad de la organización.

**Resultados**

Es el producto final de la evaluación de capacidades de la organización con base a logros y mejoras, los resultados se analizan a través de comparaciones con otras organizaciones similares de alto desempeño y competidores de la organización.

Los resultados contemplan cinco indicadores clave de una organización.

* + - **Clientes:** la satisfacción de los productos y servicios, identificación de marca, lealtad del cliente, quejas y reclamaciones, participación del mercado, relación analítica anual por cliente.
    - **Financieros:** rendimiento en inversiones, utilización de activos, margen de operación, rotación de inventarios, utilidad por cliente/mercado, liquidez, apalancamiento financiero, costo de mano de obra, productividad de la operación, crecimiento de la empresa en los últimos tres años.
    - **Personal:** niveles de participación personal, aprendizaje y desarrollo del personal, satisfacción del personal, seguridad y bienestar, rotación.
    - **Procesos:** diseño del producto, tiempo de ciclo, productividad, desempeño de proveedores, reducción de costos generados por alianzas con proveedores, mejora continua de procesos, infraestructura de sistemas.
    - **Desarrollo sustentable:** indicadores utilizados para evaluar el impacto ambiental de la organización, indicadores utilizados para evaluar el impacto ambiental en la sociedad.
    - **De los resultados anteriores es importante considerar:** en que es excepcional la organización, donde se ubican las oportunidades dela organización.

**Conclusión**

El Modelo Nacional para la Competitividad de Medianas y Grandes Empresas (PyME), encamina y dirige a las organizaciones, empresas o instituciones a la mejora continua de sus productos y servicios, esto se da a través de la continua capacitación de su personal; la mejora continua exige la modernización de las instalaciones en las cuales el ambiente de trabajo sea el óptimo para el personal y para los mismos clientes.

El reconocimiento a través de la incentivación al personal genera el desenvolvimiento continuo en la mejora de sus funciones, aportando en cada actividad el “plus” necesario para el cumplimiento de sus metas propias y de la misma institución. Con ello mantenerse en el terreno de la competencia, previniendo posibles de crisis de cualquier índole o por lo menos, aminorar los daños que esta misma pueda ocasionar.

1. Premio Nacional de Calidad. Modelo Nacional para la Competitividad Medianas y Grandes Empresas. Página 5. [↑](#footnote-ref-1)
2. Premio Nacional de Calidad. Modelo Nacional para la Competitividad Medianas y Grandes Empresas. Página 6. [↑](#footnote-ref-2)
3. Premio Nacional de Calidad. Modelo Nacional para la Competitividad Medianas y Grandes Empresas. Página 8. [↑](#footnote-ref-3)