**ASIGNATURA**

DISEÑO ORGANIZACIONAL

**CATEDRÁTICO**

DR. HÉCTOR GABRIEL GUILLEN GARCÍA

**ALUMNO**

EUSEL VELAZQUEZ MAZARIEGOS

**ACTIVIDAD3**

SINTESIS DEL MODELO NACIONAL PARA LA COMPETITIVIDAD DE MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS

TAPACHULA CHIAPAS, FEBRERO 2015.

**MODELO NACIONAL PARA LA COMPETITIVIDAD DE MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS**

Las organizaciones se constituyen para un determinado fin, según su naturaleza; si son lucrativos, su finalidad es generar utilidades y las no lucrativas su finalidad es *“…lograr una sociedad más generosa , participativa, eficaz y justa..”1*cuando las organizaciones logran el fin para lo que fue creado se dice que es una empresa exitosa.

El entorno de las organizaciones escambiante y dinámico, es por eso que las organizaciones deben de adaptarse para responder a dichos cambios a través de planteamientos, estrategias, estructuras y procesos.

Los planteamientos de dichos planes estratégicos son para responder a las amenazas o aprovechas las oportunidades que los cambios en el entorno generen.

La planeación estratégica debe estar orientada a los resultados esperados o el rumbo de la organización; es decir la misión y la visión de la organización. Además de debe conocer el entorno de la organización especialmente los factores especiales que determinan el éxito o fracaso, los clientes reales y clientes potenciales, a la competencia, los proveedores y otras tendencias que afectan directa o indirectamente a la organización, tales como la economía, la tecnología, las políticas, criterios normativos y ambientales de la organización. Aparte del análisis externo es importante realizar un análisis interno, sobre nuestras fortalezas y debilidades, pero sobre todo el desempeño actual y sobre esto diseñar el desempeño esperado.

El diseño del plan estratégico no solo debe quedar plasmado en un documento, sino de implementarse en toda la organización, y deben de elaborarse indicadores de medición de los objetivos estratégicos y así poder evaluar su grado de aceptación del plan estratégico.

El despliegue o ejecución de la estrategia debe de contemplar el liderazgo del grupo directivo ya que es clave en la determinación de del rumbo de la misma así como el desarrollo de competencias y la valuación de la cultura organizacional. Además del liderazgo en la ejecución de la estrategia de debe contemplar al cliente, que ya que los clientes son la fuente de valor de la organización. Cuando las organizaciones ofrecen un producto y/o servicio de calidad que al mismo tiempo genera una satisfacción al cliente. Cuando se analizan a los clientes reales es necesario ubicar quienes son nuestros clientes potenciales que un determinado momento se convertirán en reales y satisfacer sus necesidades comerciales.

Otro de los factores que se deben tomar en cuenta en la ejecución del plan estratégico y que es de vital importancia en el logro de objetivos estratégicos es el recuso humano de la organización, porque el alto empeño organizacional está sustentado en el personal a través de su productividad, de su eficiencia operativa, mejora continua e innovación. Dentro de la organización existen estímulos laborales para incentivar a los trabajadores y al mismo tiempo incrementar su nivel de productividad. Así también se diseñara un plan estratégico del personal para que todo el recurso humano se involucre que la ejecución del plan estratégico general de la organización.

“L*os 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…”2* El logro de los objetivos estratégicos se debe a los procesos clave de la organización, por tal motivo la alineación de los procesos a la estrategia de la organización es de vital importancia además de los proceso establecidos existe la opción de innovar de a cuerdo a los mecanismos de la organización para seleccionar e integrar las ideas generadas.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2 Modelo nacional para la competitividad de medianas y grandes empresas, México 2014.

Las empresas socialmente responsable o con responsabilidad ambiental adquieren un valor único e inigualable en el mercado. Por consiguiente el desarrollo de una estrategia sustentable afecta directa e indirectamente a la sociedad tales como empleados, clientes, proveedores, inversionistas, autoridades, etc.

Como mencione anteriormente la planeación estratégica debe de elaborarse indicadores de medición donde se evalúan la capacidad de la organización con base a os logros y mejoras, resultados que se analizan a través de comparaciones referenciales con organizaciones que se caracterizan por el alto desempeño.

Los indicadores para medir los resultados de la organización se encuentran: los clientes, las finanzas, el personal, procesos y desarrollo sustentable.

Al cliente se le asignan los siguientes indicadores entre otros:

Satisfacción, lealtad, compras anuales.

El cliente es una de las principales referencias a evaluar porque a partir del resultado obtenido dependerá el resultado de los demás indicadores.

Otro de los resultados a evaluar son los financieros, estos resultados al cliente no le interesa pero si a los directivos, dueños, accionistas, etc. Ya que a partir de ellos toman decisiones de ahorro, gasto, inversión, financiamiento y a partir de estas decisiones depende el rumbo de la organización

El personal como se menciono anteriormente es importante en la ejecución del plan estratégico es por eso que se debe de evaluar su nivel de participación en el desarrollo del plan estratégico, su seguridad y bienestar, su rotación dentro de la organización y su desempeño a raíz de los resultados de dichos indicadores se conoce la efectividad.

En conclusión las empresas mexicanas deben ser competitivos pero no solo haciendo referencia a mi competidor, sino con ellas mismas; platearse retos, metas, que al mismo tiempo se comprometan a cumplirlos y en un determinado momento evaluar los logros que se obtuvieron, también deben comprometerse con el cliente a brindarles un buen servicio de calidad, un producto de calidad, que el cliente regrese pero no para exigirte la garantía sino por el nivel de satisfacción frecuenta.

El país solo puede salir adelante generando un ambiente de competencia sano y estratégico entre la comunidad productiva, que obliga a innovar y a mejorar los productos que el mas beneficiado es el cliente o consumidor final.

1análisis organizacional y de imágenes de asociaciones no lucrativas. raymundo castillo bautista.