

**Síntesis del Modelo Nacional para la Competitividad, Medianas y Grandes Empresas**

PRESENTADO POR:

JORGE LUIS DE CUESTA ZAVALA

FACILITADOR:

MAESTRO. HECTOR GABRIEL GUILLEN GARCIA

INSTITUTO DE ADMINISTRACION PUBLICA DEL ESTADO DE CHIAPAS, A.C.

MAESTRIA EN ADMINISTRACION Y POLITICAS PÚBLICAS

**DESARROLLO ORGANIZACIONAL ( DO )**

Tapachula, Chiapas; Febrero de 2015.

**Síntesis del Modelo Nacional para la Competitividad, Medianas y Grandes Empresas**

El modelo nacional para la competitividad, es eso, un modelo o una guía que sirve como una herramienta a cualquier organización, en donde se consideran las estrategias a implementar por la organización, los factores y procesos a considerar durante su ejecución, así como los mecanismos para la valuación de los resultados, que les permitan asegurar el éxito dentro del sector al que pertenecen.

Este modelo consiste en la capacidad de las organizaciones para generar un valor cada vez mayor a sus grupos de interés a través de la calidad e innovación de sus modelos de negocios y de administración, cuyo objetivo es guiar la dirección de las organizaciones que les permitan diseñar procesos de transformación para encarar los desafíos y oportunidades que se les presenten. Para lo cual, las organizaciones requieren principalmente: Estar conscientes de los cambios en el entorno y saber responder de manera ágil a las nuevas oportunidades o amenazas, Definir claramente sus estrategias, Contar con los recursos y capacidades para implementar sus estrategias, Evaluar el desempeño, para conocer el avance de sus estrategias, Contar con un modelo de negocio que se caracterice por su innovación.

Este modelo nacional, con la finalidad de crear una cultura de alto desempeño, promueve la aplicación de 8 principios consistentes en: 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.

**1.- Reflexión Estratégica**

1.1.- Planeación Estratégica

Consiste en analizar la implementación de las estrategias de la organización, de acuerdo con sus objetivos estratégicos y específicos, así como la reorientación de los mismos, como resultado de las evaluaciones o cambios que se presenten en el exterior y que incidan en sus resultados. Para lo cual deberán tomarse en cuenta los siguientes factores:

1.1.1.- Rumbo de la organización.- En donde deben tenerse claro, cual es la misión, visión y valores de la misma.

1.1.2.- Entendimiento del entorno de la organización.- Que se refiere a los factores externos a la organización y los retos que les implica, que factores intervienen directamente de acuerdo al giro de la organización, que es lo que más valoran los clientes, tendencias económicas, tecnológicas, políticas, sociales, legales y ambientales que podrían afectar su desempeño, principales amenazas y oportunidades.

1.1.3.- Análisis de las capacidades de la organización.- En donde deberán considerarse, los principales recursos y capacidades con que cuenta la organización, diferencia con sus competidores, nivel de desempeño, capitalización de las oportunidades y superación de las amenazas, así como sus principales fuerzas y debilidades.

1.1.4.- Estrategias y objetivos estratégicos.- Se refiere a los objetivos y estrategias de la organización, principales retos, diferencias con sus competidores, capitalización de sus capacidades y recursos para responder a los retos, así como la administración de los riesgos que generan las estrategias planteadas.

1.1.5.- Alineación, implementación y evaluación de los objetivos estratégicos.- Capacidad de la organización en convertir sus objetivos estratégicos en planes de acción, comunicación y despliegue de los objetivos estratégicos en la organización, evaluación de los objetivos estratégicos, mecanismos para responder a los cambios del entorno y realizar los ajustes necesarios, así como la capitalización de las experiencias de la planeación estratégica.

**2.- Ejecución**

**2.1.- Liderazgo.-** Elemento clave en una organización, que involucra directamente al grupo directivo para fijar el rumbo de la organización, el desarrollo de sus capacidades y la cultura organizacional, así como la capacidad de respuesta a los requerimientos legales, sociales y ambientales. Para lo cual, deberán estar presentes los siguientes componentes: Liderazgo del grupo directivo, Desarrollo de competencias, Cultura organizacional y Gobierno corporativo; que consisten en una serie de mecanismos y actividades implementados por los directivos de la organización, que les permitan asegurar el correcto funcionamiento presente y futuro de la organización.

**2.2.- Clientes.-** Constituyen la principal fuente de crecimiento de la organización, por lo que es elemental la definición del mercado y los clientes a los que la organización se enfoca, cuáles son sus requerimientos y que valor les generan, establecer vínculos que aseguren la lealtad y evaluar constantemente su satisfacción. Para lo cual, es importante tener claros los siguientes factores: Conocimiento de mercados y clientes, Propuesta de valor, Venta de productos y servicios, Experiencia del cliente, Lealtad de cliente y Administración del portafolios de productos y servicios.

**2.3.- Personal.-** El funcionamiento organizacional, depende directamente del personal, por lo que para lograr un alto desempeño, se requiere de la eficiencia operativa, productividad, mejora continua e innovación; mismos que se originan en los sistemas de trabajo de la organización, que se caracterizan por el enfoque a la integración, el desarrollo, la motivación y la participación del personal. Siendo importante tomar en cuenta los siguientes factores: Planeación estratégica de personal, Sistema de trabajo, Desarrollo del personal, Entorno de trabajo y Reconocimiento y recompensa. Todos estos factores encaminados a fortalecer las relaciones y participación entre el personal y la organización.

**2.4.- Procesos.-** Estos constituyen 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, por lo que en esta etapa, el diseño, la innovación, la administración y la mejora continua, revisten mayor importancia. Por lo que deben considerarse los siguientes elementos: Alineación de procesos a las estrategias, Capacidades de la organización, Diseño e innovación de procesos y Administración y mejora de procesos.

**2.5.- Información y conocimiento.-** Se refiere al análisis o a la forma de como la organización recopila, selecciona, administra y utiliza los datos para la toma de decisiones.

**2.6.- Desarrollo sustentable.-** Se refiere a los cambios que se generan en el medio ambiente y la sociedad, asumiendo el compromiso de operación en el presente, sin generar impactos ambientales o sociales que pongan en riesgo su permanencia en el futuro.

Finalmente, el último proceso de este modelo, se refiere a los resultados, y consiste en evaluar a través de indicadores la capacidad de la organización con base a los logros y mejoras alcanzadas. Los principales indicadores de medición se refieren a: resultados de clientes, resultados financieros, resultados de personal, resultados de procesos y desarrollo sustentable. Los resultados de estos indicadores, sirven para replantear las estrategias de la organización que le permitan asegurar su competitividad y sustentabilidad.

Bibliografía

Premio Nacional de Calidad, Modelo Nacional para la Competitividad, Medianas y Grandes Empresas ( 2014 ). Oficina del Premio Nacional de Calidad, Gobierno Federal, México D.F. pp.1-24