

**Programa de Magíster**

# **Estrategia y gestión pública 1**

**Dr. Miguel A. Bustamante U.**

# RELACIÓN ENTRE MISIÓN, VALORES Y RECURSOS

---

**En el sector privado**, existe una relación automática entre el incremento de los logros de la misión organizacional y el incremento en las utilidades.

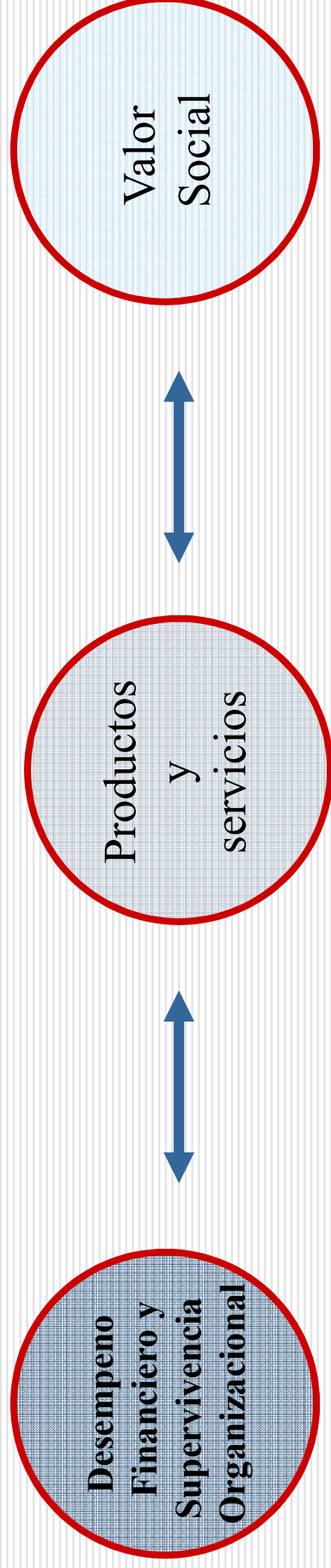
**En el sector público**, las organizaciones consiguen recursos persuadiendo al entorno autorizante sobre la importancia de sus objetivos y medios para recibir apropiación de impuestos.

---

# SECTOR PRIVADO:

---

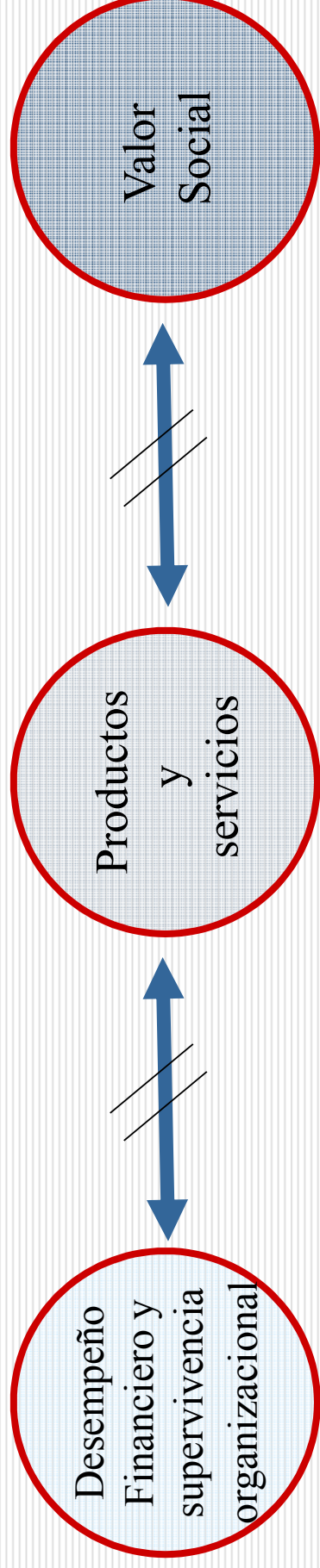
- El valor social está alineado con el desempeño financiero y con la supervivencia organizacional



# SECTOR PUBLICO:

---

- El valor social no está alineado necesariamente con el desempeño financiero ni con la supervivencia organizacional



## **Acerca del sector público**

---

- En América del Norte : en general es un sector más reducido que en Europa
  - **En Europa occidental evidencia una larga historia común con variaciones :**
    - **Sector más amplio en Francia, Italia, Alemana y sobre todo Scandinavia que en Inglaterra, por ejemplo**
  - En América del Sur : presenta diversidad de situaciones
-

# Varios componentes

---

- Administraciones
- Empresas públicas
- Establecimientos públicos (salud, sector educación y investigación etc.)
- En algunos casos : mezcla de actividades mercantiles y no mercantiles

En el sector público es el valor creado a través del cumplimiento del mandato político, la misión de la organización y de las aspiraciones de los ciudadanos.

---

# Quien es el ¿"cliente"?

---

- Ciudadano@
  - Beneficiari@ /Usuari@
  - Cliente
  - Subdit@
-

# DIFERENCIA ENTRE EL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO

---

## SECTOR PRIVADO

En el sector privado la creación de valor está en un proceso lineal entre clientes y accionistas



**Accionistas**

**Producto Organizacional**

**Cliente**





# **PARTICULARIDADES DEL SECTOR PÚBLICO EN EL ÁREA ESTRATÉGICA**

---

- ✓ **Fuertes componentes políticos** (nacionales o locales)
- ✓ **Alta dependencia del nivel político en términos de determinación de responsabilidades y misiones**
- ✓ **Debate sobre la noción de resultados**
- ✓ **Limitaciones en las opciones estratégicas**
- ✓ **Desarrollo estratégico fuertemente dependiente de la asignación de recursos**
- ✓ **Especificidades de la noción de competencia**

# EVOLUCIÓN DE LAS PRÁCTICAS EN EL SECTOR PÚBLICO

---

- Encuesta a « managers » públicos de varios sectores del estado
- Aplicabilidad de temas de management en el sector público  
(management participativo, planes de comunicacion internos y externos, delegacion, planes estrategicos,...).

# EVOLUCIÓN DE LAS PRÁCTICAS EN EL SECTOR PÚBLICO

---

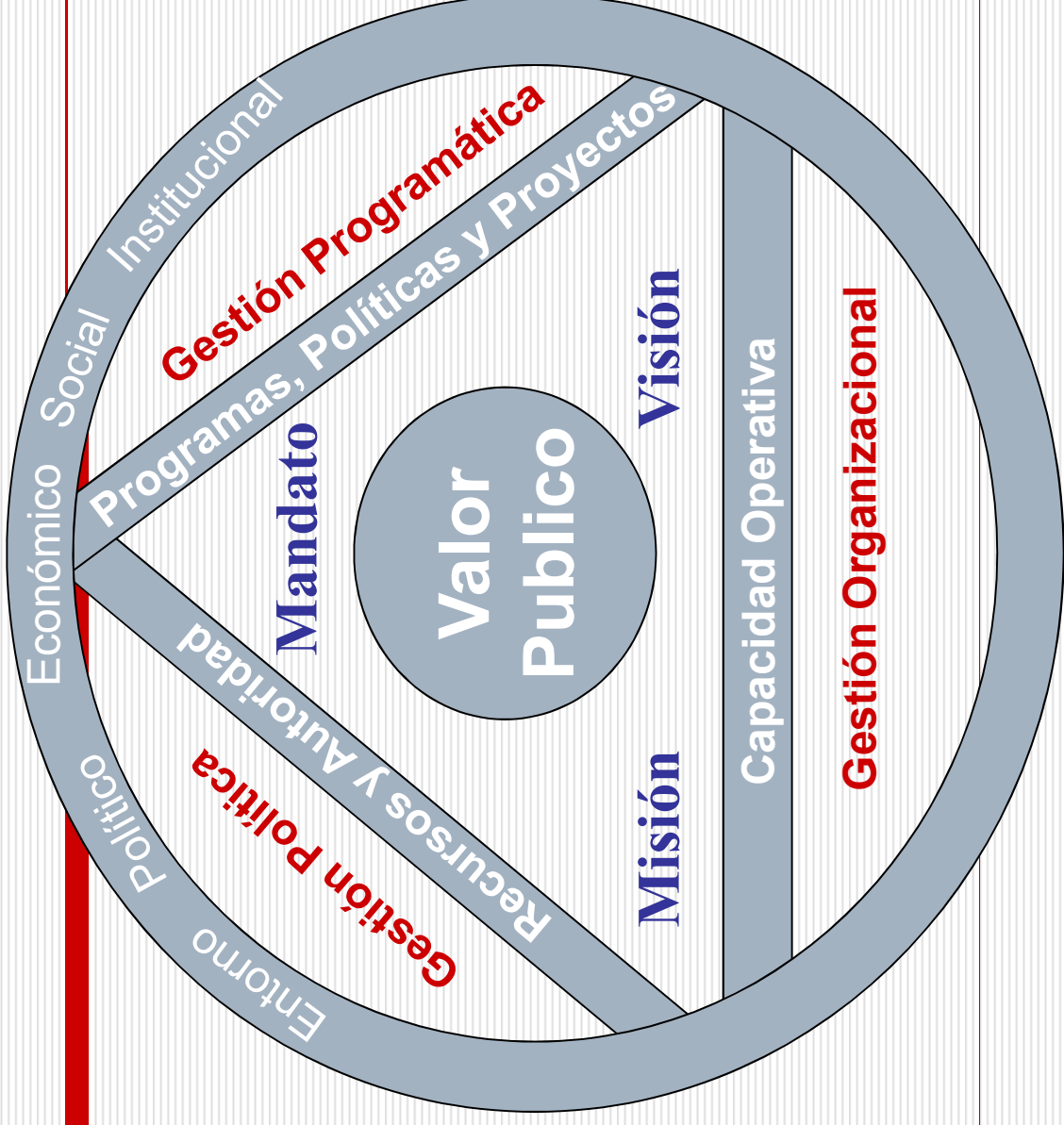
- Prácticas de formulación estratégica, management participativo, comunicación, delegación, reestructuración,
- Áreas de mejoramiento necesarios :
  - Management de recursos humanos
  - Monitoreo
  - Definición de objetivos
  - Asignación de recursos

# EVOLUCIÓN DE LAS PRÁCTICAS EN EL SECTOR PÚBLICO

---

- Condiciones principales de mejoramiento
- **Modificaciones de comportamiento**
- **Modificaciones de cultura**

# Estrategia y valor público



# Cinco preguntas fundamentales

---

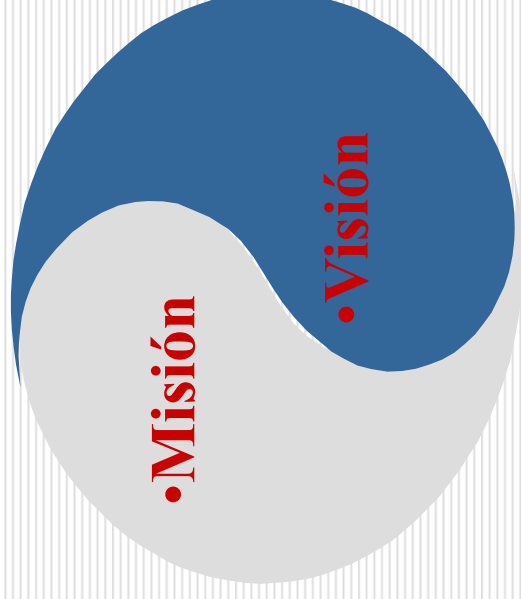
- Cómo va crear valor la organización?
- Cómo va a conseguir apoyo, recursos y autoridad?
- Qué programas, proyectos y/o políticas permiten cumplir la misión/visión?
- Cómo entregar excelencia en la gestión operativa?
- Qué está pasando en el entorno?

# Instrumentos para definir el "valor"

---

- Revisión de Mandatos
- Aclaración de Propósito
- Validación de Misión
- Planificación Estratégica
- Participación y Consulta

## • Definición de Misión y Visión



# TIPOS DE INNOVACIONES

---

## **Estratégicas:**

Nuevo mandato, nueva visión, nuevos objetivos

## **Políticas:**

Apoyo político, mayores recursos, mayor autoridad

## **Programáticas:**

Viejos objetivos, nuevos medios

## **Operativas:**

Estructura/procesos/medición de desempeño

---



# Síntesis

---

□ **“ Una organización innovadora  
inicia su viaje con preguntas  
honestas sobre por qué existe, a  
quién sirve y cómo va a saber si  
es exitosa”**

□ (Light 1998)

---