

La producción de valor

Marco Iván Vargas Cuéllar

Ambiente Organizativo

- Frontera de libre elección útil para delimitar a la organización de su contexto.
- Las Organizaciones obtienen del contexto la energía y la información necesitan para funcionar y producir (o sea los recursos).
- Las organizaciones de producción aportan al contexto.

LA ORGANIZACIÓN DE PRODUCCION COMO SISTEMA (1)

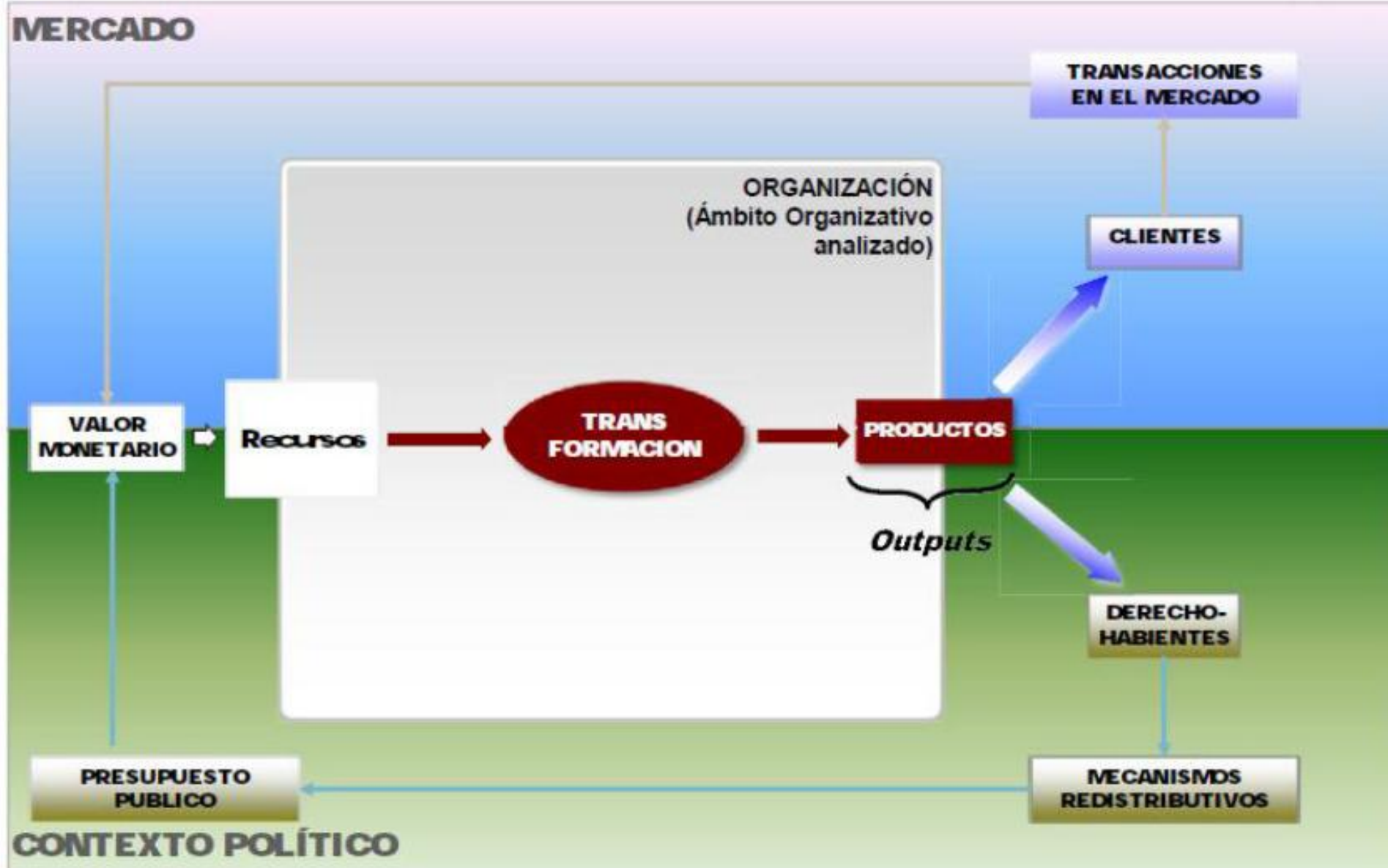
CONTEXTO



Proceso de transformación de los recursos en valor, que es lo que debe ocurrir necesariamente para que el sistema funcione.

Valor y usuario

- Necesitamos pensar en el valor como satisfacción de necesidades
- E identificar usuarios, es decir, ¿de quién son las necesidades?



Las organizaciones de cuarta generación podrán producir valor privado en la medida o proporción en que obtengan su acceso a recursos a través del mercado y valor público en la medida en que lo hagan a través de mecanismos redistributivos en el contexto político.

Conceptos básicos

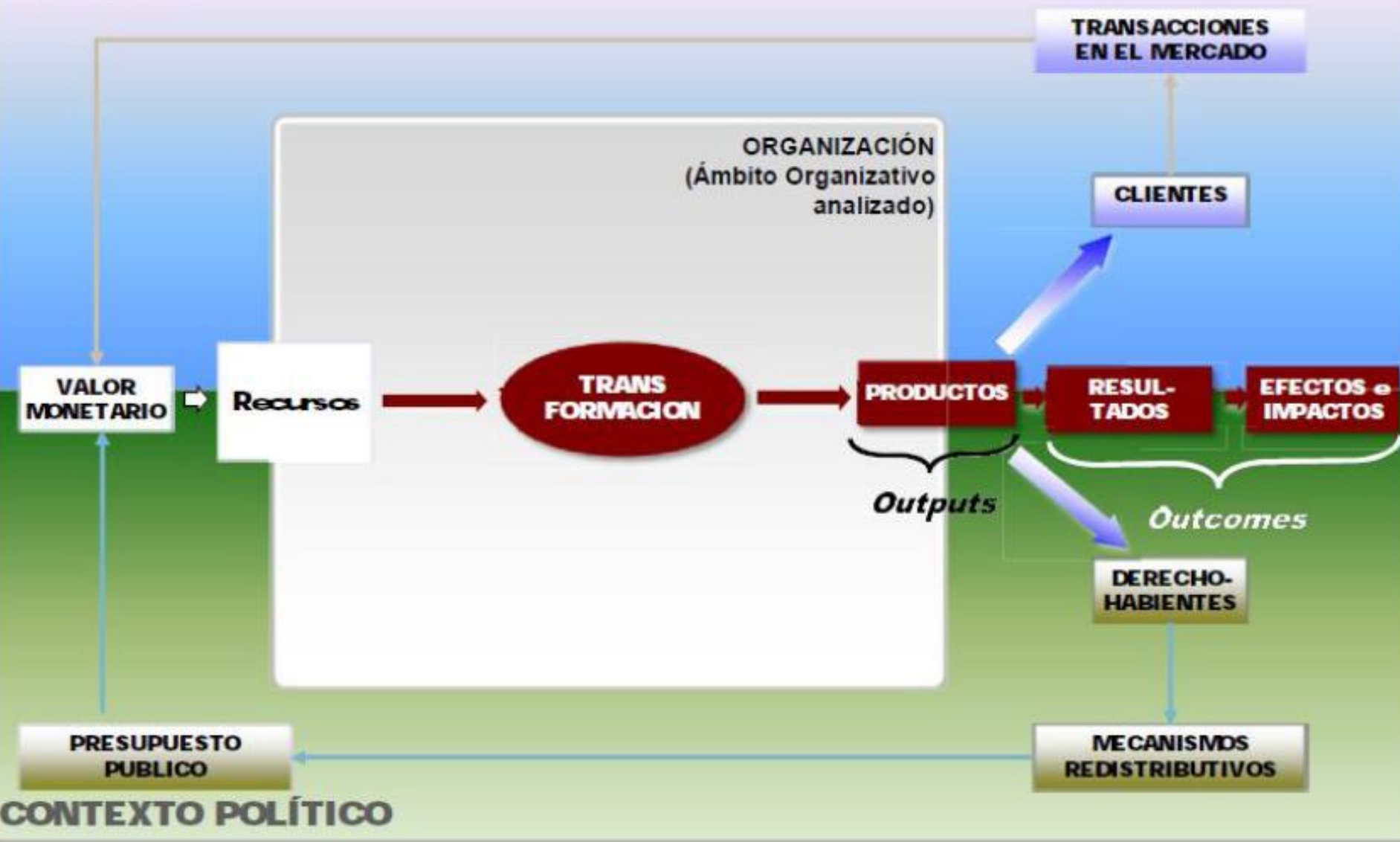
- 1) **producto**, para referirnos a los bienes y servicios que proporcionan valor de uso,
- 2) **cliente**, para el usuario que accede al producto a través de una transacción comercial por la que paga un precio,
- 3) **derechohabiente**, para identificar a los sujetos de derecho que pueden acceder a productos gracias al ejercicio de derechos que un régimen jurídico haya establecido,
- 4) **contexto político**, para el sistema de reglas de juego que permitan la existencia de regímenes jurídicos que determinen derechos y condición de ciudadano por lo tanto,

5) mercado, para el sistema de reglas de juego (también reguladas por un régimen jurídico) que permitan las transacciones comerciales

6) valor monetario (y, por lo tanto, moneda), para aludir a uno de los mecanismos indispensables para que sean posibles las transacciones comerciales y los mecanismos redistributivos y

7) presupuesto público, para aludir a uno de estos mecanismos redistributivos, que pueden asignarse a organizaciones de producción pública de manera directa y también a organizaciones privadas en forma de subsidios.

MERCADO



ESTRUCTURA INTERNA DE LAS ORGANIZACIONES

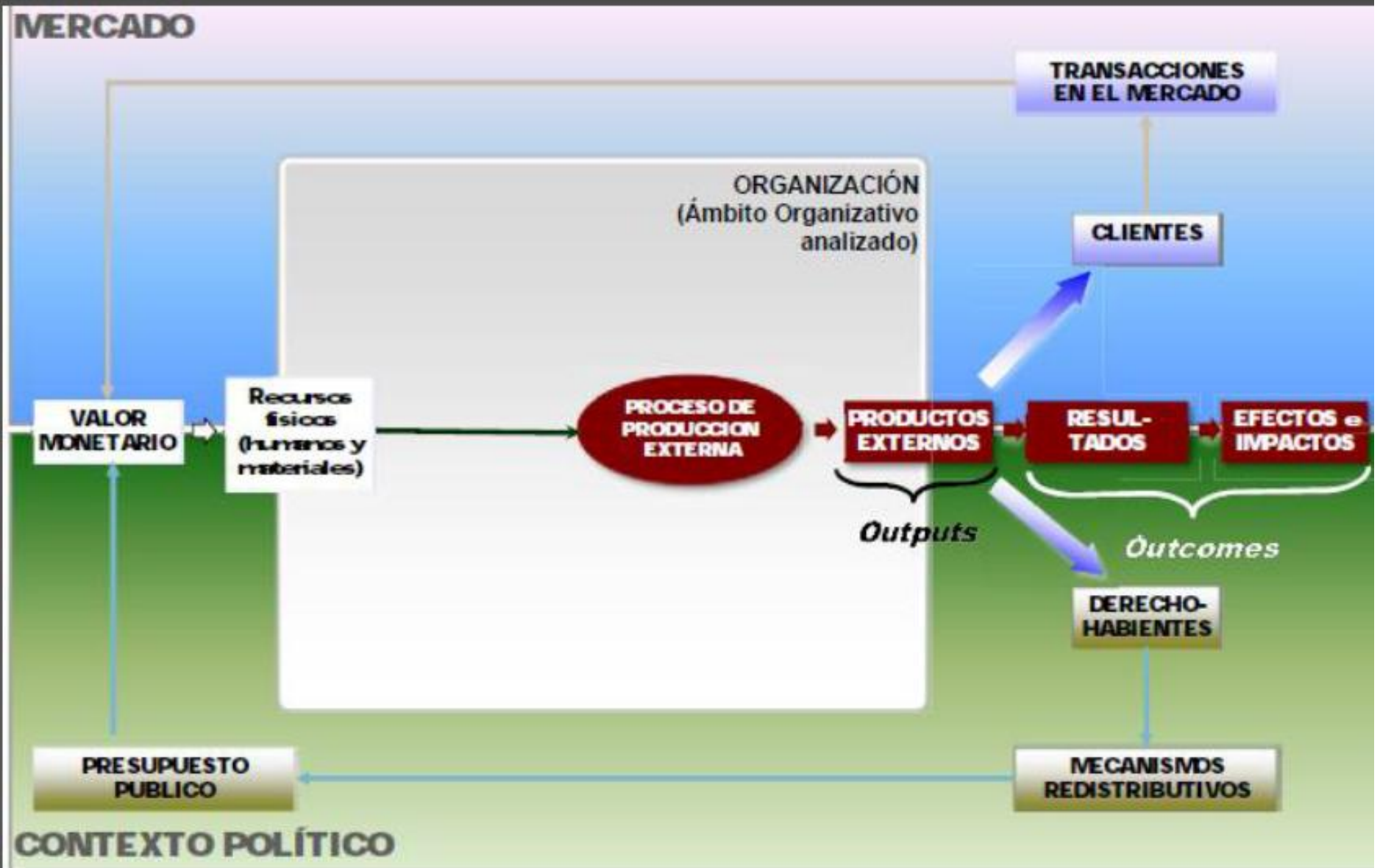
Reglas básicas

1. Producir valor para terceros (el contexto),
2. Mantener estable su organización interna y
3. Reinventarse constantemente para adaptarse y evolucionar.

Esto requiere la identificación del concepto de *proceso* y aceptar que existen estas tres clases de procesos.

Proceso

- Es un “cómo” que consiste en transformar recursos usando determinados conocimientos sobre cómo hacerlo.
- En el análisis organizacional operativo, los recursos son sólo de dos clases: *humanos* y *materiales*.



El proceso de producción externa es lo que suele llamarse la misión organizacional o aludirse con expresiones como *funciones sustantivas* y similares denominaciones.

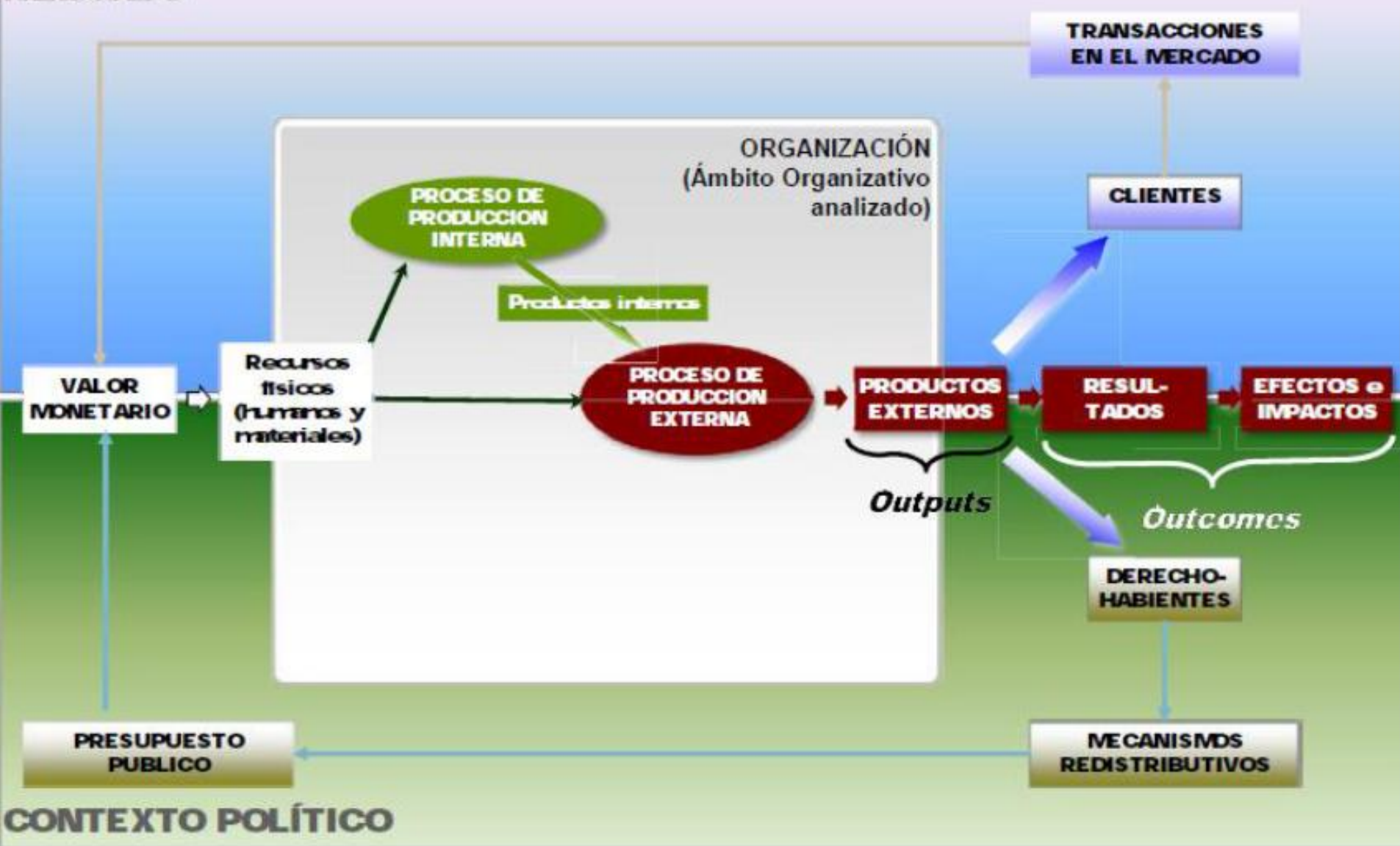
¿Cadena de valor?

- Los objetivos institucionales se refieren a esto:
- los medios elegibles son las acciones o procesos de producción externa
- y los fines elegibles se refieren a la cadena de valor que comienza con los *productos externos*, a ser logrados de tal manera que faciliten
- los *determinados resultados* que se espera que produzcan
- Los *determinados efectos e impactos* deseados.

Producción interna

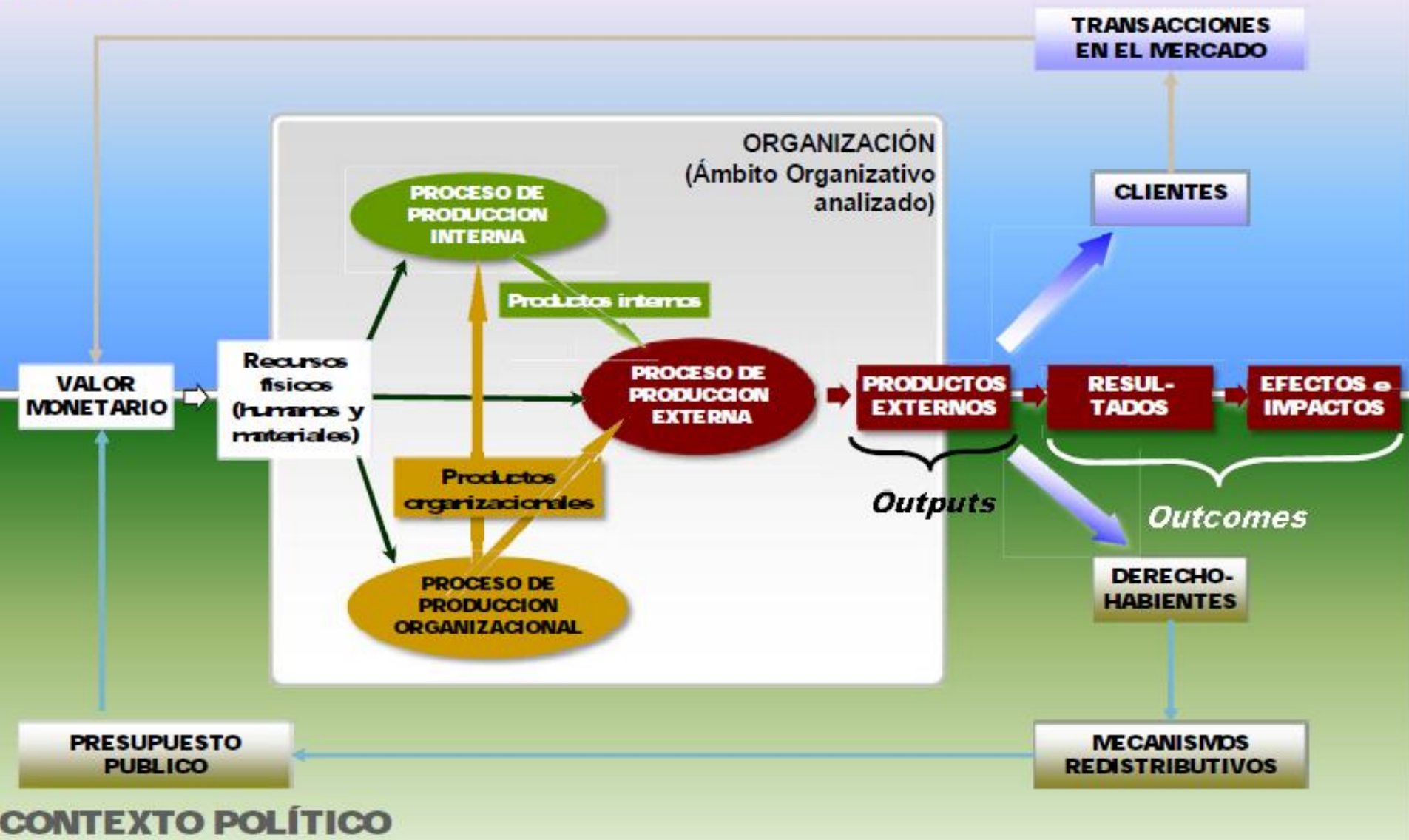
- para que la producción externa se lleva a cabo no es suficiente con ejecutar los procesos correspondientes, es necesario crear y mantener las condiciones de ejecución.
 - a) conseguir los recursos materiales mediante gestiones de compras y suministros,
 - b) conseguir los recursos humanos mediante una serie de gestiones que incluyen la selección, el desarrollo, la capacitación y la remuneración, entre otras,
 - c) mantener los recursos materiales que se rompen y deterioran mediante gestiones de mantenimiento de todo tipo,
 - d) mantener los flujos de información y comunicaciones mediante soportes informáticos y de otros tipos,

- e) difundir, promover y transferir productos externos a usuarios mediante gestiones de ventas en algunos casos y de promoción y difusión en otros,
- f) manejar el dinero y la información relativa al mismo, mediante gestiones contables, financieras y similares,
- g) planificar, controlar y evaluar lo que se hace,
- h) mantener las relaciones formales con el contexto mediante gestiones jurídicas y legales,
- i) administrar la imagen y las relaciones con terceros actores mediante las relaciones institucionales, y, finalmente,
- j) coordinar todo esto mediante la conducción, la gerencia y la supervisión de primera línea.



El sentido de la producción interna es controlar la desorganización, es decir, la *entropía* del sistema.

IV MERCADO



Dos clases de valor

- a) el valor externo, que refleja lo que valen para los actores involucrados los productos externos y sus consecuencias en la cadena de valor,
- b) el valor institucional, que es lo que, a su vez, vale para los actores contar con las organizaciones para lograr el valor externo.

Destinos de producción organizacional

- el desarrollo o la mejora de los procesos.
- el desarrollo o mejora de los productos que se entregan a terceros.
- Las organizaciones que no tienen capacidad o posibilidad de destinar recursos a la producción organizacional **no se adaptan ni evolucionan.**