Trabajo realizado por: Lic. Erika Hernández Lugo.

instituto nacional electoral

Matriz de cuantificación, matriz de posicionamiento y FODA. (Diagnóstico)

ACTIVIDAD 5

INSTITUTO DE ADMINISTRACION PÚBLICA DE CHIAPAS

MAESTRIA: ADMINISTRACION Y CIENCIAS POLITICAS

DR. ANTONIO PEREZ GOMEZ

MODULO: PLANEACION ESTRATEGICA

**DIAGNOSTICO ESTRATEGICO**

**(MATRIZ DE CUANTIFICACION, MATRIZ DE POSICIONAMIENTO Y MATRIZ FODA)**

**ANTECEDENTES**

El INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL INE cuenta con 23 años de historia; esto incluye grandes trasformaciones en su funcionamiento y atribuciones, sobre todo derivados de las nuevas y complejas Reformas Constitucionales del 2014.

Ante este entorno cambiante y evolutivo, el INE reconoce la necesidad, de seguir siendo una institución innovadora y moderna, de reconocida calidad, no solo en su organización y celebración de los procesos electorales federales, sino también en su operación cotidiana y en la propia conducta de sus servidores públicos.

En términos generales, el INE cuenta con muchas fortalezas, que mencionaré más adelante detalladamente y hasta donde el espacio me lo permita; y también algunas debilidades que se convierten en amenazas. Todos estos factores en aras de fomentar una auténtica participación en todos los aspectos; desde los entes internos del INE como los externos: los ciudadanos y otros organismos como los partidos políticos y autoridades competentes.

Sin embargo como se trata de órganos Colegiados, como es el caso de la estructura organizacional del INE, la construcción de acuerdos cobran un papel fundamental muy complejo en la adopción de iniciativas y proyectos transformadores.

Para ello el mayor reto es aún mayor para el INE, porque las estrategias del Instituto pretenden aprovechar las experiencias como fuente principal de aprendizaje y aplicación en la toma de decisiones.

Independiente de los problemas que enfrenta el INE como retos para perfeccionar en el aspecto estratégico organizacional ; se encuentra otro mayor; **la falta de credibilidad en sus actuaciones**; percibido así por la sociedad en general; pero habría que tomar en cuenta que dentro de su estructura uno de sus principales integrantes están los partidos políticos y los que los representan; papel que ha sido fundamental para tener la imagen deteriorada de dicho Instituto; y sin excluir los montos aparentemente estratosféricos de sus ingresos para su funcionamiento; pero que a falta de información solo una tercera parte de lo aprobado por el congreso, es utilizado para su operatividad y funcionarios y las otras dos terceras partes, repartidas entre los partidos como prerrogativas. Facultades y montos que los mismos legisladores aprueban, no es decisión del Instituto.

**ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

El articulo 41 párrafo segundo, base V de la Constitución Política, establece que el INE es un organismo público, autónomo, dotado de personalidad jurídica y patrimonios propios en cuya integración participa el Poder Legislativo, partidos políticos nacionales y los ciudadanos, y que tiene la función estatal de organizar las elecciones federales bajo los principios de: Certeza, legalidad, Independencia, imparcialidad, Máxima publicidad (principio agregado en esta última reforma), objetividad.

Su última reforma fue el 10 de febrero de 2014, cuyo objetivo principal es homologar los estándares con lo que se organizan los procesos electorales federales y locales, así como garantizar altos niveles de calidad en la democracia electoral.

El INE está integrado por un Consejo General (11 ciudadanos elegidos por la Cámara de DIPUTADOS) y uno de ellos funge como Consejero Presidente. El Ine también cuenta con un Servicio Profesional Electoral Nacional, que tiene como misión, asegurar la imparcialidad y profesionalismo en la organización de sus elecciones, tanto a nivel federal como local, lo cual son arduamente sometidos a exámenes de conocimientos, psicométricos y perfiles; constantemente evaluados y renovados, según la capacidad de desempeño, es el nivel de mando en el que se encontrará el funcionario.

El consejo general designa a su vez los organismos electorales locales. Existe 32, uno por cada entidad federativa, y 300 distritos electorales, también integrados por Consejos Distritales; estos a su vez conformados por funcionarios del INE y ciudadanos.

**FINES DEL INSTITUTO**

Podría enumerar detalladamente por conceptos y particularidades una decena de fines que tiene este Organismo, pero en términos generales, el INE tienen como puntos rectores:

Contribuir al desarrollo de la vida democrática; preservar el fortalecimiento del régimen de partidos políticos y su participación de manera responsable; integrar el Registro Federal de Electores; asegurar que lo ciudadanos ejerzan el ejercicio de sus derecho políticos - Electorales; vigilar el cumplimiento de sus obligaciones; garantizar de forma periódica y pacifica las elecciones; velar por la autenticidad y efectividad del sufragio; la promoción cívica y cultura democrática; fungir como autoridad única en la administración de los tiempo de radio y televisión.

Para dar cumplimiento a lo anterior el INE cuenta con un ejército de grandes dimensiones: 15,827 empleados; todos miembros del Servicio Profesional Electoral Nacional y organizados en tres tipos de órganos: a) Directivos; b) Ejecutivos y técnicos; y c). de vigilancia.

Estas tres clasificaciones se subdividen a su vez en diferentes áreas encargadas particularmente y específicamente a tareas determinadas: las de capacitación y educación cívica, las de organización y estrategias; la de dirección o coordinación y por ultimo las que integran el Registro Federal de Electores.

a). Dentro de los Directivos; se integran los llamados Consejos, que van desde el Consejo General de carácter permanente; los Consejos Locales, formados por un Delegado por cada Estado de la República y 6 consejeros ciudadanos; y los Consejos Distritales, que se instalan y sesionan durante los procesos electorales; y es el rubro al cual pertenezco yo en este momento.

**PRINCIPALES USUARIOS Y SERVICIOS:**

Dentro del análisis previo a estos resultados; que incluyen las fortalezas y debilidades del Instituto, se llega a la determinación como estrategia para este proceso electoral y con prospectiva a 4 años más; que sus principales destinatarios en sus tareas son:

Amanera ejemplificativa, más no limitativa, el INE brinda a los siguientes grupos sociales sus servicios:

|  |  |
| --- | --- |
| * Mexicanos residentes en el extranjero. * Asociaciones de observadores electorales. * Organizaciones no gubernamentales * Instituciones académicas. * Instituciones estatales electorales. | * Ciudadanos mexicanos * Niños y jóvenes menores de 18 años * Grupos indígenas * Partidos políticos * Asociaciones civiles * La comunidad Internacional |

Tomando en cuenta todo lo anterior, se desprende que el Instituto no sólo brinda servicios a aquellos individuos que tienen la calidad de ciudadanos, según lo establecido por la propia Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, sino a la sociedad en general, porque la participación en el desarrollo de la vida y cultura en un Estado democrático de derecho, como México, no sólo corresponde a los ciudadanos, sino a todos quienes lo integran, a la sociedad mexicana en general sin distinción de origen étnico, género, edad, salud, religión, condición económica o estado civil.

**DIAGNOSTICOS**

**MATRIZ DE CUANTIFICACION Y FODA**

Para definir los temas y objetivos estratégicos de mediano y largo plazo que guían los esfuerzos y acciones de la Institución, para los próximos años, se realizó un análisis interno y externo de todos los factores tanto de procesos pasados como de la situación actual del INE, utilizando para ello la metodología FODA.

La definición del rumbo estratégico, que busca que el INE incremente su posición proactiva de acuerdo a los cambios que han presentado en su entorno. Por lo tanto el Modelo Integral de Planeación estratégico Institucional la componen elementos indispensables como: la Misión, la Visión, principios rectores institucionales, valores, objetivos estratégicos (que se requiere lograr) y que para fines de este ensayo y espacio literario tendré que ampliar en otra ocasión, solo mencionando el Plan estratégico:

1. Desarrollo organizacional
2. Innovación y transformación institucional
3. Materia electoral
4. Modernización administrativa, transparencia y rendición de cuentas y;
5. Valor público.

Para esto el INE cuenta con un Plan Maestro Institucional conformado por:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. Planeación estratégica | 1. Planeación táctica. | 1. Planeación operativa. |

Este modelo fue diseñado con contenidos y elementos que orientaran el que hacer institucional en un horizonte temporal determinado.

Los resultados de dicho trabajo fueron la revisión, análisis y consenso sobre:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| • Misión institucional  • Prioridades institucionales  • Primera propuesta de indicadores estratégico. | \*Visión institucional 2015  \*Objetivos estratégicos | \*Diagnóstico de la situación actual en el Instituto (análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas) |
| • Calidad  • Equidad | • Eficacia  • Honestidad | • Eficiencia  • Uso racional de recursos públicos |

Para la **matriz de posicionamiento**: El Ine se enfoca fuertemente en marcar el concepto de Valor Público, entendido como los beneficios que el Estado y sus instituciones entregan a la sociedad por medio de leyes y regulaciones, prestación de servicios públicos, diseño e instrumentación de políticas públicas que priorizan la acción gubernamental, entidades públicas con mandatos legales específicos y con la construcción de institucionalidad.

No es suficiente con cumplir el mandato institucional, ni con demostrar gran efectividad y eficiencia en la administración de los servicios públicos. El énfasis se debe dar en las cualidades de las transacciones de las instituciones con los individuos y/o la sociedad, el respeto de sus derechos y la garantía de su ejercicio, la satisfacción de sus demandas, la prestación de servicios de calidad y la transparencia de las instituciones.[[1]](#endnote-1)

En resumen, la propuesta es que la esencia de la gestión en el sector público radica en la generación de valor público mediante la ejecución de programas y proyectos. La premisa central es que entre mejor funcione la Institución, los ciudadanos en su conjunto estarán mejor. De esta forma, el Instituto Federal Electoral, como organismo público al servicio de la sociedad, es un activo que entrega diversos valores públicos, entre los que se pueden mencionar como ejemplo:

 Fomentar la participación ciudadana en diferentes roles (ejerciendo el voto, observadores electorales, funcionarios de casilla, etc.) para los comicios federales.

 Promover la cultura cívica y democrática para fortalecer el Estado democrático.

 Vigilar la equidad y legalidad de los comicios federales.

 Proporcionar la credencial para votar, la cual representa el medio de identificación más utilizado a nivel nacional.

 Preservar y fortalecer la confianza de la Sociedad a través del cumplimiento eficaz y transparente de las atribuciones establecidas en su mandato constitucional.

Ampliar la perspectiva a la ciudadanía supone concentrar la atención en dos tipos de valor público igualmente importantes:

• La entrega de beneficios directamente a los ciudadanos. • El fortalecimiento del valor institucional como un activo relevante del espacio “público”.

En esta perspectiva, se pone más atención en los resultados y en el impacto social que las acciones institucionales entregan, ya que el valor público se genera en la medida en que el ciudadano y la sociedad reconocen la relevancia del bien o servicio recibido; lo que supone una interacción constante entre la Institución y la sociedad.

Por todo lo anterior, se ha propuesto incluir el enfoque de valor público en la construcción de la Planeación Estratégica Institucional porque permite vincular el patrón de decisiones institucionales (Misión, Visión, Valores y Objetivos Estratégicos) con la contribución social del Instituto y la apreciación que tiene la sociedad sobre la pertinencia y el cumplimiento o no de esos objetivos, y, por tanto, si hay o no creación de valor público.

Con el fin de difundir y homologar el concepto en el Instituto, se propone la siguiente definición:

Valor Público es el reconocimiento y confianza de la sociedad en la manera en que el Instituto cumple con sus atribuciones electorales, construye institucionalidad y promueve la participación ciudadana para fortalecer la cultura democrática.

El enfoque en el valor público brinda a la Institución un enfoque estratégico que prioriza la respuesta a los ciudadanos y el mantenimiento de la confianza y la legitimidad como elementos fundamentales de la acción institucional.

Este proceso electoral 2014 – 2015, en virtud a las reformas estructurales; existe mucha innovación en sus estrategias, basados en un análisis y diagnóstico del proceso anterior y que a su vez servirá de base para perfeccionarlo y aplicarlo en el proceso 2018. Objetivo primordial del Plan Institucional.

**REFERENCIAS CONSULTADAS:**

\*Delgado Castillo Héctor. Administración Estratégica. Editorial Trillas México 2011

**\***Página del INE. Web

\*INE. Plan Estratégico Institucional 2012-2015 Prospectiva

1. Este concepto fue desarrollado por Mark H. Moore en su libro Gestión estratégica y creación de valor en el sector público (Creating Public Value Strategic Management in Government), en 1995 como una respuesta a las limitaciones de los modelos de gestión pública que no consideran el papel del gobierno en temas sociales o en la satisfacción de las necesidades y demandas ciudadanas. [↑](#endnote-ref-1)