

Reducir el gasto presupuestario y simplificar la gestión pública en nuestro país es políticamente difícil en la actualidad, pero necesario y urgente.

## Simplificación y agilización de la gestión pública al ciudadano



Ángel Tomás Martín

El Covid-19, por su extensión mundial, paralización económica y larga duración, obliga a una innovación general en la creación y gestión de empresas, que se encuentran ante un sistema competitivo y de mercado de consumo totalmente nuevo y diferente al que disfrutaban hasta la aparición de la pandemia. Volver al crecimiento continuado y alcanzar los objetivos propuestos requiere una innovación y transformación interna que conduzcan al automatismo para una toma futura de decisiones ágiles y altamente competitivas. Lo expuesto ya ha empezado adoptando una transformación digital integral.

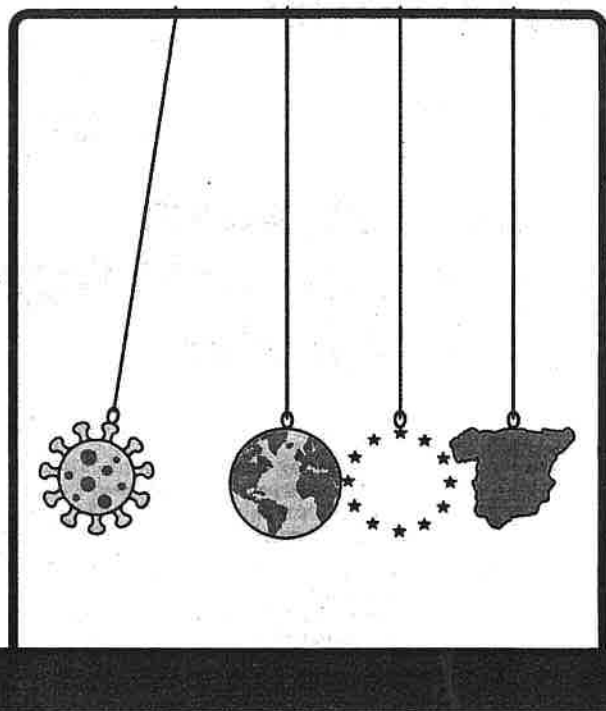
La crisis actual y el nuevo mercado a que se enfrentan el tejido empresarial y los propios Estados precisan de la aplicación para la innovación y adaptación de los nuevos sistemas de consumo de una digitalización interna general nueva, que no debe confundirse con la transformación. La digitalización son las nuevas tecnologías sobre las que descansa la actividad y la gestión, que las dotarán de agilidad, efectividad, competitividad e innovación integral; sin embargo, transformar es el cambio hacia una nueva cultura de empresa o de gestión pública mediante otras formas de dirección, gestión y trabajo, puesto que estamos ante una redefinición de la estructura económica a la que el Estado y el emprendedor van a enfrentarse.

Es necesario que el sistema de nueva digitalización nos lleve a un automatismo procesal del máximo dinamismo, que necesitará previamente haber estudiado las distintas posibilidades que ofrecerá el mercado en los distintos *targets* o sectores a que queremos llegar y las nuevas costumbres de consumo de los que la componen. Las nuevas técnicas analíticas avanzadas han de ser poseedoras de una mayor agilización de la que hasta ahora disponíamos, para analizar y tomar decisiones instantáneas rentables, abandonando el personalismo tradicional. Todo ello implicará la previsión presupuestaria y la disponibilidad necesaria para la implantación y gestión efectiva.

### Nuevas estrategias y objetivos

Como la agilización y simplificación de la gestión pública depende en gran medida del desarrollo y gestión del sector de la economía, y éste va a cambiar a causa de la pandemia, son las empresas en activo y los nuevos emprendedores los que deben adoptar nuevas estrategias y objetivos que sigan o hagan viables y crecientes sus empresas. Por ello, expongamos las acciones que han de llevar a cabo para la nueva implantación. Los objetivos habrán de concretarse y detallarse en su integridad, valorarlos y confeccionar el presupuesto necesario y estable sin que se incluyan la cobertura de errores anteriores o de inversiones inadecuadas ajenas a las necesarias para los objetivos establecidos. Sería conveniente adoptar el presupuesto al sistema PPBS (Sistema de presupuesto planificado por programas), sin olvidarse de establecer el control y medición de los objetivos

(S. M. G.)



### Habrà que seleccionar qué gastos pueden eliminarse o reducirse, y aquellos intocables

pretendidos. Establecida la coordinación entre el producto o servicio y la estrategia de comercialización, ampliemos esta última.

Si la empresa tiene como actividad la distribución de sus propios fabricados, la de ajenos, o la prestación de servicios, y por lo tanto su mercado es amplio, nacional o internacional, necesita de un adecuado equipo humano comercial, dirigido y controlado por un *interim manager* o coordinador general responsable de las estrategias y desarrollo de actividades. Terminada la planificación y comenzadas las actividades, habrá que planificar las futuras llevando a cabo su seguimiento al máximo detalle y control diario. Se celebrarán reuniones periódicas frecuentes en las que se expondrán, mediante informe es-

crito, los resultados personales de la gestión de ventas y las dificultades y adversidades surgidas. El coordinador general informará mensualmente evaluando "el progreso de los objetivos". La captación de clientes y el número de los mismos se establecerán previamente de acuerdo con los mercados de consumo; posteriormente los medidores valorarán el número de *targets* potenciales identificados, el número de contactados, las reuniones conseguidas y la venta a cada uno de ellos.

Es primordial crear o poseer una marca, con un solo dominio para evitar la confusión de los futuros clientes, y que sea fácil de identificar por sus valores y el mensaje. Con la misma prioridad se seleccionarán las redes sociales y la web, determinando el número de las mismas, el de las acciones e interacciones con clientes, obteniendo el número de clientes conseguidos mediante las redes y la web.

Reducir el gasto presupuestario y simplificar la gestión pública, que la

actual situación económica requiere y es un compromiso con la Unión Europea, es políticamente difícil, pero necesaria y urgente. No solamente partidas fijas presupuestarias de retribuciones y privilegios oficiales, sino la reducción, y en determinados casos eliminación, de organismos no imprescindibles o innecesarios. Habrá que estudiar y seleccionar qué gastos pueden eliminarse o reducirse y aquellos que son imprescindibles e intocables. Dado el carácter autonómico diverso de nuestras administraciones públicas, se producen inversiones públicas de promoción personal no necesarias ni rentables con cargo a los presupuestos públicos y por tanto no amortizables que contribuyen al incremento desmedido de la deuda estatal. Este tema de vital importancia merece un estudio profundo y la adopción de medidas concretas de ajuste, como así lo exige la salida de la actual coyuntura y la disciplina de la UE a la que pertenecemos.

Economista y empresario