



PRESUPUESTOS BASILARES Y NUEVAS PERSPECTIVAS ACERCA DEL TAN IMPRESINDIBLE, COMO CUASI UNÁNIMEMENTE POSTERGADO, VALOR PÚBLICO

Jorge Isaac Torres Manrique*

Fecha de publicación: 31/03/2012

Sumario:

I. Introducción.- **II.** Reflexiones.- **III.** Requisitos.- **IV.** Nuevas perspectivas.- **V.** Conclusiones.- **VI.** Bibliografía.

Resumen:

En el presente trabajo, el autor aborda y desarrolla un crucial tema, el cual representa lamentablemente el tradicional, unánime como permanente clamor de los pueblos ante sus autoridades representativas. En tal sentido, el referido reclamo se fundamenta en la obligatoriedad que tiene el funcionario público de realizar una función orientada al bienestar y desarrollo de los sectores más deprimidos.

Empero, el mismo no se limita a reflexionar acerca de la teoría general del valor público, si no también esgrime requisitos sin los cuales, a su criterio, no es factible generar el valor público.

* Abogado por la Universidad Católica de Santa María de Arequipa (Perú). Ex Gerente de Asesoría Jurídica del Centro Vacacional de Huampaní. Ex Gerente de Secretaría General de la Municipalidad del distrito de Asia. Egresado de los Doctorados en Derecho y en Administración, y de las Maestrías en Derecho Empresarial y Derecho Penal de la Universidad Federico Villarreal. Con publicaciones, de autoría del suscrito, en más de quince países. kimblellmen@hotmail.com

Finalmente, se aboca, también a proponer insospechadas como perfectamente válidas maneras de generar valor público, desde un apunto de vista contemporáneo, integral e interdisciplinario.

Palabras claves:

Valor público, Gestión sin corrupción, Gestión responsable, Desarrollo social, Transparencia organizacional

I. Introducción.-

En la presente entrega nos complace encargarnos de desarrollar un tema al que consideramos de primerísimo orden, el cual se encuentra indisolublemente ligado al *management* público, a la responsabilidad social empresarial, a la gerencia social, así como a la vida política, democrática, justa, saludable y edificante que se merece toda persona, es decir, nos estamos refiriendo al valor público.

Así, tenemos que el valor público cobra especial relevancia cuando tomamos en consideración la gran relevancia del tema, ya que el mismo tiene que desenvolverse en un escenario en el cual se decide el destino de los pueblos del orbe, ya que los mismos ponen sus destinos en manos de los gobernantes y funcionarios públicos.

En ese orden de ideas, se tiene que el valor público no solo se constituye en un derecho, si no una obligación con quienes están a cargo de la gestión pública, porque los mismos laboran con fondos públicos, los cuales les pertenecen a la población y por ende deben estar orientados a ella, en general y específicamente, a los sectores más deprimidos y no a otros fines. Más aún, cuando tomamos en consideración que éstos últimos postergan o desnaturalizan la finalidad por excelencia que abraza la función pública y a su vez, al valor público.

En tal sentido, resulta muy preocupante que el presente tema *in comento* no haya sido objeto de ocupación y desarrollo, siquiera disimulado de muy pocos autores, así como, mayoritariamente tampoco han mostrado interés por el presente tema (por demás espinoso), las palestras especializadas y no especializadas.

Que lejos estamos de los estándares que presenta la administración pública de Francia, nada menos que la primera en el mundo. A través de ella obviamente se genera valor público en términos máximos.

Empecemos pues, sin más preámbulos a ocuparnos de este apasionante e injustamente impopular como inconsensuado (en porcentajes al menos deseables) tema pilar, como propio de la quintaesencia de la administración pública, cual es: el valor público.

II. Reflexiones.-

En primer término, tenemos que el valor público se encuentra referido al valor creado por el Estado a través de servicios, regulaciones y básicamente por políticos electos en democracia, aunque, son definidos en última instancia por el público usuario. En esos términos, se considera que generar valor público resulta una suerte de ganancia o beneficio de la calidad de vida de la población como consecuencia de una gestión pública responsable, orientada a crearlo, esto es, hacerlo realidad.

En ese orden de ideas, las instituciones estatales producen más valor cuando más garantizan la mayor y mejor vida de sus beneficiarios. Así, el valor puede ser definido como la satisfacción de necesidades humanas presentes y futuras asociadas a la vida mediante el esfuerzo humano organizado.

El valor, entonces, no es sólo vida presente, sino también esperanza de vida: *quien no tiene futuro no tiene sus necesidades humanas satisfechas, pues el futuro es una necesidad humana.*

El valor se torna valor público cuando incluye el ejercicio del derecho a la vida y a la esperanza de vida, es decir, el ejercicio de la libertad y oportunidades. El valor público en consecuencia, presupone democracia.

El valor público por definición, busca de forma comprometida, un sistema que promueva un desarrollo eficaz, eficiente, equitativo y sostenible. Bajo esta perspectiva, se busca la creación de valor público por medio de una gestión estatal, la que tiene que contribuir significativamente a cuatro fines o principios fundamentales: **i)** Reducción de la desigualdad, **ii)** Reducción de la pobreza, **iii)** Fortalecimiento de estados democráticos, **iv)** Fortalecimiento de ciudadanía.

Mark Moore señaló que también se genera valor público cuando uno construye institucionalidad, organizando sistemas administrativos que funcionen para brindar los bienes, servicios y la confianza que a su vez también son expresiones del valor público y que llenan o satisfacen las expectativas ciudadanas.

Según Guido Bertucci, el valor público, asume en resumidos términos que:

- La gente tiene la capacidad y la libertad para expresar sus preferencias respecto a las actividades y resultados de la administración pública.
- Las administraciones públicas tienen la voluntad y la capacidad para acomodar sus objetivos a las preferencias ciudadanas.
- Al entregar valor público requerido, la gente estará dispuesta a pagar por él con dinero, con el voto u ofreciendo su tiempo para colaborar con el gobierno.

Por otro lado, se tiene que la ciudadanía percibirá que sus gobernantes generan valor público solo si existe y se procura una relación transparente entre gobernantes y la misma, otorgándoles lo más necesario.

El resultado no es otro que la mejora dramática de la calidad de vida, la efectivización de la provisión de los servicios públicos, mejor capacidad de respuesta, incremento de la confianza de la ciudadanía en el gobierno, etc.

Es preciso señalar, que el valor público solo se pondrá en evidencia por la ciudadanía a través de la existencia de un mejor servicio al cliente, libre acceso a la información, libre elección de proveedores y servicios, así como disfrute de la seguridad.

Se crea valor público a través de la asunción de una gerencia social, que refiere Mark Moore en su Triángulo Estratégico. Así, el eje integrador de la creación de valor se orienta a los usuarios y ciudadanía.

Entonces, se genera valor público por medio de respuestas relevantes a ellos, vía la apertura de nuevas y mejores oportunidades actuales y futuras, y fomentando el libre ejercicio de la deliberación democrática. Sin embargo, cabe dejar constancia que si bien es cierto que el valor público se realiza y se hace palpable fuera de instituciones/gestiones públicas, éste se gesta en el interior de ellas.

El valor público consiste en hacer mejor las cosas y lograr una mayor satisfacción de los usuarios, de los directivos políticos y de los ciudadanos, procurando no romper la continuidad dentro de la larga cadena de relaciones causales de medios y fines, entre la tarea cotidiana de cada uno y los efectos que la sociedad recibe de la gestión del Estado, afirma Pineda Parés.

El presente valor *sub exámine*, no es un producto ni un resultado, sino mas bien, un proceso complejo, cuyas etapas posteriores de desarrollo solo pueden acometerse en la medida en que se han cumplido con éxito aquellas de carácter preliminar.

Ergo, el valor de marras genera una mejor reputación colectiva, que deriva en la colaboración mutua entre la empresa, los agentes de mercado y el Estado, que permite un beneficio y un respeto recíprocos sobre la base de comprender y distinguir, los objetivos y roles que cada uno cumple, confluyendo en un beneficio y superación colectiva.

Consecuentemente, Jorge Hintze considera que el valor público implica el acceso público de la sociedad a los productos que den lugar a la satisfacción de necesidades, en el ejercicio de sus derechos por parte de los destinatarios, en su condición de derechohabientes, sin que para ello no cuenten con otro requisito que el de la condición de ciudadano en un sistema político democrático, que incluya reglas de acceso a dicho valor.

III. Requisitos.-

Empero, por otro lado, dejamos expresa constancia que desde nuestro punto de vista, resulta imprescindible acotar que solo es posible generar valor público si antes de ello no se propugna el valor como estandarte de comportamiento, dicho de otro modo, tenemos que no es posible crear valor público si *a priori*, no se toman en cuenta requisitos basales y de primer orden prelatorio como son: el entendimiento, conciencia y aplicación en consecuencia de: **i)** de los valores y **ii)** el valor.

Respecto de los **valores**, tenemos que considerarlos como la aspiración noble, altruista y desinteresada del individuo, en toda manifestación de su cotidiano actuar.

Y en relación al **valor**, es preciso asumirlo como el grado de utilidad de las cosas, generado a través de una acertada y responsable gestión o

función, destinada a satisfacer las necesidades, en beneficio de las minorías, de los más carentes.

IV. Nuevas perspectivas.-

Es ese orden de ideas, si bien es cierto que hemos visto que el valor público presenta diversas formas de poder acceder a él; empero, además de las señaladas, consideramos que existen otras maneras de lograrlo, otras, por cierto, holísticas como nada ortodoxas, sin embargo, de igual o mejor eficacia para tal fin.

Así, **en primer lugar**, saludamos que el 27 de junio del 2010 se celebró en Argentina el Día Nacional del Boludo. En este caso, es una forma original de reivindicar, con una intención que raya la ironía, a quienes no aspiran a beneficiarse del poder, ni festinarlo, ni a pisarle los callos a nadie, ni a enriquecerse, ni a comerciar con estupefacientes, ni a estafar a incautos o violar a menores. En un mundo donde transgredir, usurpar y burlar es casi la ley, dicho país, fomenta a los boludos.

Es que actualmente en Argentina el término boludo alude a la cara opuesta a la de los vivillos, los especuladores, los abusadores, y toda la fauna de malos políticos, malos empresarios, malos funcionarios, malos periodistas y malas personas que, sin ser mayoría, alcanzan a amasar las mayores fortunas y con ello sienten haber adquirido patente para mirar por sobre el hombro a quienes no han tenido su viveza o su descaró.

La referida campaña comenzó en el 2009 y fue creada por una agencia digital y por un grupo de diseñadores gráficos y bloggers también usuarios de Facebook.

El Día Nacional del Boludo tiene la intención de cambiar la connotación de boludo como una palabra con un significado negativo y convertirla en una reivindicación para los ciudadanos que respetan las leyes, cumplen sus obligaciones, creen en una sociedad justa, se adhieren a las instituciones democráticas y piensan que cuidar el planeta es una obligación cuyo incumplimiento provocará males irremediables. Rechaza a quienes haciendo gala de la viveza criolla, transgreden normas y sacan provecho de cuanto situación pueden, aún cuando perjudiquen a su ciudad, a su país o a la naturaleza.

Así también encontramos el caso de Colombia donde se realizó una campaña similar sobre los “zanahorias”, y que en Venezuela el escritor Uslar Pietri dijo que en ese país solo los pendejos pagaban impuestos,

tenían ética y cumplían sus obligaciones, con lo que ennobleció el término hasta el punto que se organizó una manifestación que se llamó la “Marcha de los Pendejos”. No sería mala idea hacer algo similar en Perú con la palabra adecuada y siempre que no coincida con el Día del Pollo a la Brasa, señala Guillermo Giacosa.

Por otro lado, **en segundo lugar** acotamos que además de lo esbozado, es pertinente traer a colación que también se genera o crea valor público a través de una gestión pública realizada a la luz de una administración por objetivos y resultados.

Es más, a propósito de la aplicación de dicha administración, tenemos que desde nuestro punto de vista acerca del organizacionamiento, consideramos urgente e insoslayablemente, traer a colación el contenido/mensaje de la no tan reciente pero súper exitosa y fabulosa y póstuma película de Michael Jackson: “*This is it*”.

En el referido *film*, él y su grupo (elenco, banda) realizan implícitamente un importante derroche de demostraciones- hasta con lujo de detalles-, que a nuestro entender, la nueva corriente organizacional (que deja en evidente rezago a la *administración por objetivos y resultados* de Peter F. Drucker), la misma que desde nuestro punto de vista (es decir, la que propondría el ícono musical) se caracterizaría por una muy saludable como particular filosofía que en potencia y síntesis sentenciaría: **i)** “el cielo no es el límite, es el inicio”; es decir que se debe empezar no de lo superior, sino de lo muy elevado (de la pasión o de muy arriba) en adelante; **ii)** “no a las acciones o trabajos a *grosso* modo o a grandes rasgos”, más bien integrales, completos y muy bien realizados; **iii)** es inválido el archimanido: “daría todo de mi para tal o cual cosa”, ya que la idea es darlo efectiva y concretamente todo de sí, segundo a segundo y sin hablar mucho; **iv)** “el mejor desempeño no culmina cuando ya pasó la coyuntura, ocasión o apariencia”, ya que nunca se debe perder la motivación, compromiso (por convicción) y el norte”.

Así, esta nueva teoría (que quizás sea el último legado de Jacko) a la que denominaremos “*administración mística, supra elitista o de excelencia organizacional recargada*”, puede ser además absolutamente aplicable, tanto a instituciones estatales, privadas, así como a todos los actos y aspectos de la vida diaria (una forma de vida de excelencia), esto es: a todo aquello que abrace una naturaleza organizacional, organicidad o jerarquía, ya que son propias de la administración, muy al margen que sea esta última entendida como ciencia, arte, técnica, etc.

Consecuentemente, no es de extrañar que dicho *film* (aunque tímida y paulatinamente) haya y venga siendo asertivamente interpretado y recomendado por docentes universitarios de asignaturas no necesariamente de naturaleza gestionaaria, empresarial y motivacional, de no pocas como importantes instituciones educativas de pre y post grado no solo peruanas.

V. Conclusiones.-

Finalmente, a modo de colofón, respecto del valor público podemos acotar que:

- Refiere a la satisfacción de las necesidades de la sociedad, debido a la condición de ciudadano.
- Hay que buscar el origen del valor en los recursos aplicados para generarlo.
- Es posible mensurar el valor concreto y traducirlo en valor abstracto (valor político).
- Debe estar enfocado en la eficacia, eficiencia, transparencia, anticorrupción, promoción de desarrollo y sostenibilidad.
- Depende del buen uso de los recursos públicos escasos (buen uso significa: mejor valor posible en cada gestión, de manera priorizada y equitativa).
- Una gestión concordante con el valor público, necesariamente debe contar con un basamento de formación y ejercicio de valores y valor en el funcionario público, de otra manera, la generación de valor público se torna ciertamente imposible.
- El valor público precisa ser tomado muy en cuenta por la ciudadanía en general, y muy en especial, por los candidatos y autoridades que asumen cargos públicos por elección popular.
- En el Perú precisa urgente como insoslayablemente, de gestiones públicas que creen valor público. Para lo cual, previamente se necesita la realización decidida y consolidada de campañas de fomento del valor y de los valores como formas de vida y no de coyuntura o fines mediáticos o populistas como efímeros.

VI. Bibliografía.-

Bertucci, Guido. *Gobierno digital y valor público*. En línea (México), recuperado el 10/09/10, de Política Digital: http://www.politicadigital.com.mx/pics/edito/multimedia/418/filearton102_multimedia.pdf.

Pineda Parés, Mauricio. *Las instituciones públicas deben generar valor público*. En línea (El Salvador), recuperado el 10/09/10, de La Palabra: http://lapalabra.utec.edu.sv/index.php?option=com_content&view=articl

[e&id=100:las-instituciones-publicas-deben-generar-valor-publico-&catid=35:enfoques&Itemid=62.](#)

Hintze, Jorge. *Evaluación de resultados, efectos e impactos de valor público*. En línea (Costa Rica), recuperado el 10/09/10, de: <http://www.iiij.derecho.ucr.ac.cr/archivos/documentacion/inv%20otras%20entidades/CLAD/CLAD%20X/documentos/hintze.pdf>.

Giacosa, Guillermo. 2010. Argentina: día nacional del boludo. *Diario Perú 21* (Perú), Septiembre 06.

Torres Manrique, Jorge Isaac. 2010. Reflexiones acerca del advenimiento de un derecho estadístico (parte I). *Revista Novedades Jurídicas* (Ecuador). Tomo 48 (1): 24-29.