



Revista científica

ANFIBIOS

ISSN: 2665-1513 (Impreso)

ISSN: 2711-0532 (En línea)

Vol.2 Núm.2 (2019)

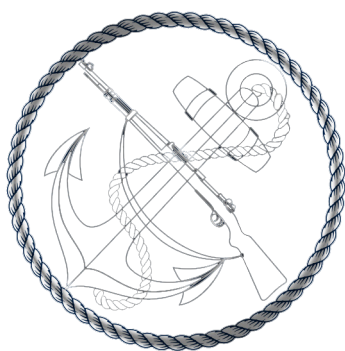


ARMADA
DE COLOMBIA



EDICIONES
EFIM

ESCUELA DE FORMACION DE INFANTERIA DE MARINA



**EDICIONES
EFIM**

ESCUELA DE FORMACIÓN DE INFANTERÍA DE MARINA

Volumen 2, No. 2, Julio - Diciembre de 2019

Anfibios es una revista científica de circulación nacional, editada por la escuela de formación de la infantería de marina, en la cual se publican los resultados de las investigaciones realizadas por profesionales de diversas áreas del conocimiento. Anfibios ofrece a la comunidad académica artículos en formato de acceso público.

Las opiniones expresadas por los autores, y los materiales digitales que aparecen en las publicaciones, son de directa responsabilidad de los autores y no comprometen a la revista.

La publicación de resultados de investigación en la revista anfibios dependerá del criterio de evaluación del comité editorial.

Editor:

Jorge Del Río Cortina

editorefim@revistaanfibios.org

editor.efim@gmail.com

Diagramación

CPCIM. Silvio Eduardo Arrieta Xiques

Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0



Diciembre 2019



Director de la Escuela de Formación de Infantería de Marina - Coveñas
TCCIM. Jaime Humberto Fontecha Rivera

Subdirector de La Escuela De Formación de Infantería De Marina - Coveñas
MYCIM. Edilberto Restrepo Pérez

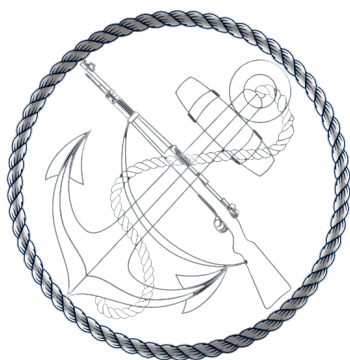
Decano Escuela de Formación de Infantería de Marina - Coveñas
MYCIM. Freddy Andersson Cortes Otalora

Director de Investigaciones
CTCIM. Oscar Eduardo Fernández Ramirez

Escuela de Formación de Infantería de Marina- Coveñas.

Carrera Troncal Vía Santa Cruz de Lorica Base de Entrenamiento de Infantería de Marina.

Coveñas, Sucre, Colombia
<http://www.efim.edu.co/>



EDICIONES EFIM

ESCUELA DE FORMACIÓN DE INFANTERÍA DE MARINA

Revista científica Anfibios - ISSN: 2665-1513 (Impreso) - ISSN: 2711-0532 (En línea)
Volumen 2. No. 2 julio - diciembre 2019
www.revistaanfibios.org

Comité Editorial

Jorge Del Río Cortina, PhD(c) - Universidad Tecnológica de Bolívar
Vladimir Balza-Franco, PhD - Universidad del Magdalena
Omaira Cecilia Martínez Moreno, PhD - Universidad Nacional Autónoma de Baja California
José Gabriel Ruiz Andrade, PhD - Universidad Nacional Autónoma de Baja California
Astelio de Jesús Silvera Sarmiento, PhD - Corporación Universitaria Americana
Carlos Alberto Rodríguez Arias, M.Sc - Escuela de Formación de Infantería de Marina
Karen María De Hoyos Correa, M.Sc - Corporación Universitaria del Caribe - CECAR

Pares Evaluadores

Eilén Oviedo González, PhD - Universidad Pedagógica Nacional - México
Omar Leonardo Valladares Icedo, PhD - Universidad Nacional Autónoma de Baja California
Margarita Ramírez Torres, PhD - Universidad Nacional Autónoma de Baja California
Juan Manuel Perusquía Velasco, PhD - Universidad Nacional Autónoma de Baja California
Jhon Víctor Vidal Durango, PhD - Corporación Universitaria del Caribe - CECAR
Dayana Mercado Dugarte, PhD - Universidad de Buenos Aires
Abel Del Río Cortina, PhD(c) - Fundación Universitaria Cafam
Rosario Terrazas Verdugo, Mg - Universidad Estatal de Sonora
Ricardo Antonio Simancas Trujillo, Mg - Corporación Universitaria Americana
Naomi López Espitia, Mg - Universidad del Sinú
Ana Karina Romero Severiche, Mg - Universidad Pontificia Bolivariana
Jairo Alonso Orozco Triana, Mg - Universidad EAN
Orlando del Río Pájaro, Mg - Universidad Tecnológica de Bolívar
Francisco Vergara Streinesberger, Mba - Universidad Tecnológica de Bolívar

Editor

Jorge Del Río Cortina, PhD(c) - Universidad Tecnológica de Bolívar
editorefim@revistaanfibios.org
editor.efm@gmail.com

CONTENIDO

Editorial	7
Marketing y sistema de gestión ambiental y calidad: conceptos y estrategias empresariales	11
La minería criminal en el río atabapo frontera colombo venezolana: propuestas de solución	23
Percepción de los estudiantes de la Universidad Libre frente al fenómeno del embarazo en adolescentes de la ciudad de Cartagena	34
Calidad en la educación universitaria, desde el programa de ingeniería de sistemas: una visión cualitativa de la educación superior	41
Plan de marketing para Pymes del sector servicios	51
La función pública, organización y direccionamiento: fundamento esencial en la administración pública	60
El gasto militar: factor estratégico para la modernización de las fuerzas armadas	81

CONTENT

Editorial	8
Marketing and environmental management system and quality: business concepts and strategies	11
Mining in criminal Atabapo river venezuelan border colombian: Proposed solutions	23
Perception of the students of the Free University against the phenomenon of teenage pregnancy in the city of Cartagena	34
Quality in university education, from the systems engineering program: a qualitative vision of higher education	41
Marketing plan for SMEs in the services sector	51
The public function, organization and addressing: essential foundation in public administration	60
Military spending: strategic factor for the modernization of the armed forces	81

EDITORIAL

La escuela de formación de la Infantería de marina (EFIM), es el epicentro de la formación de infantes de Marina, líderes, con visión de futuro, dotados de la mística, voluntad, determinación y profesionalismo, entregados a la protección y defensa de la soberanía de nuestra nación, por tierra, mar y aire, con más 60 años en el ejercicio de formación de infantes, iniciando con formación naval militar hasta la formación profesional. Todo lo anterior, propiciando escenarios que estimulen la cultura investigativa a través de la participación constante de los infantes en los semilleros de investigación y grupos de investigación. Para tal fin, la Escuela de Formación de Infantería de Marina cuenta con dos grupos de investigación, Barón de Jomini, vinculado a la carrera tecnología en gestión logística Militar, así como Anfibios innovadores, vinculado a la carrera tecnología en entrenamiento y gestión Militar, Adicionalmente se cuenta con un grupo de investigaciones Interinstitucional, avalado por la Escuela Naval de Suboficiales, denominado Glams.

A la par de los grupos de investigación Escuela de Formación de Infantería de Marina cuenta con la revista científica anfibios, como medio de divulgación de los avances de cada una de las líneas debidamente declaradas, Anfibios se ha convertido en una ventana al mundo; en este volumen contamos con resultados de investigación que nos permite entender la relación entre los procesos de gestión de calidad frente a los impactos ambientales, todo ello mediado por estrategias empresariales, Seguidamente, se presenta una descripción del fenómeno de la minería en el río Atabapo en zona limítrofe con Venezuela en este se caracteriza dicho fenómeno criminal; otra temática tratada de orden social se relaciona con el embarazo en adolescentes y como es percibido por los Universitarios.

De otra parte, se presentan resultados acerca de la calidad de la educación Universitaria, abordándola desde una visión cualitativa con fin de identificar las variables que aseguran la calidad. En ámbito militar se presentan resultados de la investigación referente al gasto militar como factor estratégico para la modernización de las fuerzas militares. Finalmente entablando espacios de reflexión se examina el papel de la función pública en las organizaciones permitiendo la articulación y gestión entre el empleo público y las personas que lo integran la administración pública.

Jorge Del Río Cortina
Editor

EDITORIAL

The Marine Corps Training School (EFIM) is the epicenter of the training of Marines, leaders, with a vision of the future, endowed with mysticism, will, determination and professionalism, dedicated to the protection and defense of the sovereignty of our nation, by land, sea and air, with more than 60 years in the training of infants, starting with military naval training until professional training. All of the above, promoting scenarios that stimulate research culture through the constant participation of infants in research seedbeds and research groups. To this end, the Marine Corps Training School has two research groups, Barón de Jomini, linked to the technology career in Military logistics management, as well as innovative Amphibians, linked to the technology career in Military training and management, Additionally there is an Inter-institutional research group, endorsed by the Naval School of NCOs, called Glams.

Alongside the research groups Marine Corps Training School has the amphibious scientific journal, as a means of disseminating the progress of each of the duly declared lines, Amphibians has become a window to the world; In this volume we have research results that allow us to understand the relationship between quality management processes versus environmental impacts, all mediated by business strategies. Next, a description of the phenomenon of mining in the Atabapo River is presented in bordering zone with Venezuela in this criminal phenomenon is characterized; Another social issue is related to pregnancy in adolescents and as perceived by University students.

On the other hand, results about the quality of university education are presented, addressing it from a qualitative perspective in order to identify the variables that ensure quality. In the military field, results of the research regarding military spending are presented as a strategic factor for the modernization of military forces. Finally, creating spaces for reflection examines the role of the public function in organizations, allowing the articulation and management between public employment and the people that make up the public administration.

Jorge Del Río Cortina
Editor

Marketing y sistema de gestión ambiental y calidad: conceptos y estrategias empresariales

Diego A. Cardona Arbeláez¹
Carlos Ramírez Molinares²
Harold Andrés Barrios³

Resumen

Este artículo presenta algunas reflexiones en torno a cómo entender la relación que existe entre las gestiones de la calidad y del medio ambiente con la implementación de estrategias de marketing al interior y exterior de las organizaciones. El artículo se caracteriza por ser teórico-práctico, se fundamenta en una investigación documental y descriptiva, se utilizan textos relacionados con la temática planteada, analizándose, normas de calidad internacionales que aplican a cualquier tipo de empresas a nivel mundial.

Palabras Claves

Marketing, gestión de la calidad, gestión ambiental, estrategias

Abstract

This article presents some reflections on how to understand the relationship between quality and environmental management with the implementation of marketing strategies within and outside organizations. The article is characterized by being theoretical-practical, based on documentary and descriptive research, texts related to the proposed theme are used, looking at international quality standards that apply to any type of companies to global level.

Keywords

Marketing, quality management, environmental management, strategies

Fecha de recepción: 23 de Marzo de 2019, Fecha de evaluación: 22 de Abril de 2019, Fecha de aceptación: 24 Junio de 2019

1. Magister en desarrollo Empresarial, PhD(c) en administración de empresas, docente investigador del ITCMB. Correo electrónico: diego.cardona@unilibrectg.edu.co. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9123-0156>.

2. Docente de tiempo completo de la Universidad de Cartagena con categoría de Asociado. Correo electrónico: cramirezm@unicartagena.edu.co. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3419-7409>.

3. Especialista en Gerencia de Mercadeo, Administrador de Empresas.

Introducción

Cualquier empresa de este siglo está llamada a incursionar en un mercado cambiante y competitivo. Para sobrevivir en este ambiente una de las herramientas más usadas es el marketing, por lo que las organizaciones han destinado capital humano y recursos a crear, sostener y reinventar estrategias que les ayuden en la comercialización eficaz, ligando esto a los principios de gestión empresarial y organizacional.

Las empresas deben considerar que su capacidad de crecimiento y desarrollo integral debe hacer parte de su gestión y que sin duda el marketing facilita mejoras en el desempeño organizacional (Cardona & Hernández; 2017).

Sin embargo, se ha identificado una aparente incapacidad del marketing en la mejora de procesos internos que redunden a su vez en la competitividad de la empresa, puesto que el marketing, desde su creación, se ha visto como una herramienta netamente dirigida hacia el exterior de las organizaciones. En este sentido el artículo se interroga sobre ¿Cómo el marketing puede aportar a la mejora de la competitividad organizacional? Es claro que la competitividad es vista como la capacidad de mejoramiento significativo de los procesos productivos y de la calidad en los productos o servicios ofertados al cliente final.

Así mismo, en la solución del interrogante planteado anteriormente se incluyen disertaciones sobre la importancia de la gestión ambiental y de la calidad como variables relevantes para desarrollar estrategias de marketing, óptimas, oportunas y veraces que den resultados excelentes para el cliente como para la empresa.

Marketing

Hace más de 60 años el mundo empresarial comenzó a experimentar las ventajas de una nueva era de la comercialización denominada: Marketing. Esta fue concebida con el fin de que empresas, organizaciones e instituciones llevaran a cabo su gestión comercial de manera distinta para responder satisfactoria y rápidamente a los mercados objetivos, así como también al interior de las organizaciones y a los grupos de interés (stakeholders). En ese orden de ideas, los grupos de interés tienen un rol muy preponderante en el desarrollo de estrategias empresariales, para atender sus necesidades y expectativas con un gran sentido social y responsabilidad en todas sus acciones con su entorno inmediato.

En pleno siglo XXI, las empresas siguen orientando su gestión comercial en función de la competitividad del mercado, respondiendo con el marketing a los cambios repentinos, usando ofertas únicas, diferentes y preferidas por los consumidores con el propósito de obtener los objetivos empresariales planeados. En este sentido, Stanton, Walker, y Etzel (2007) aseguran que el marketing ayuda crear productos que satisfacen necesidades, los cuales para llegar al cliente requieren ser distribuidos, promocionados y asignarles un precio equivalente a la satisfacción que otorgan.

El “furor” por el marketing y su implementación ha ocasionado la utilización indiscriminada del concepto, lo cual le ha merecido ser catalogado como el responsable de los movimientos bruscos del mercado y por consiguiente en los cambios abruptos en las necesidades y deseos de los clientes. Un efecto del uso irracional del marketing se evidencia en la creación o adaptación de estrategias inútiles que solo llevan a que la empresa malgaste recursos y pierdan terreno en los mercados

de interés. Por tal motivo es vital que la organización se enfoque en el desarrollo de los distintos intereses de las comunidades locales en armonía con el desarrollo y crecimiento económico de la empresa (Pitre-Redondo, Cardona-Arbeláez, & Hernández-Palma, 2017) (Fierro, 2017).

Sin embargo, el auténtico uso a esta herramienta va encaminado a desarrollar una adecuada gestión interna hacia la satisfacción de necesidades de los consumidores y de la sociedad en su conjunto, puesto que el crecimiento de una empresa redundará en el crecimiento económico y social del territorio donde esta se ubique. Es por ello, por lo que el marketing es considerado en el ámbito empresarial como uno de los pilares básicos de las empresas y esto se identifica en la permanente relación que todas las áreas internas mantienen con la de marketing, puesto que esta es la “ventana” más evidente de las empresas hacia el exterior.

A pesar de esto, el marketing desligado del trabajo de las demás áreas es incompleto y no puede cumplir su función a cabalidad. El desarrollo correcto de los procesos de planificación, producción, logística, entre otros, redundará en las opciones que el marketing puede o no usar para llegar al cliente final y motivar la compra.

Aterrizando en el contexto de la competitividad mundial se evidencia que una empresa no está sola en el mercado y que por ende el marketing que use debe estar vigilante de los movimientos de los clientes, de los potenciales clientes, y de la competencia. Sobre esta última, Ries y Trout (1988) señalan la necesidad de analizar la competencia en aras de detectar sus debilidades y fortalezas, y usar esta información para contrarrestar las acciones que ella ponga en marcha.

Para Czinkota (2004) el marketing requiere de planificación para que sea efectivo en el desarro-

llo de transacciones internacionales. Es aquí donde las organizaciones deben tener mayor capacidad de análisis del contexto y de las condiciones que los rodearán antes de ingresar a un mercado desconocido, especialmente si es internacional. Por ello, el uso de herramientas como el benchmarking facilita la organización de la información recolectada sobre los competidores y sobre casos exitosos de inserción comercial que pueden aportar al proceso propio y al mejoramiento sistemático de la productividad y la gerencia, tal como lo recalca Hair, Bush, y Ortinau (2010) al aseverar que las organizaciones entre más información tengan podrán analizar mejor los actores del mercado al que desean llegar.

Si la competencia es importante, aún más lo es el consumidor al ser el eje que mueve el comercio, por consiguiente, este también debe ser sujeto de análisis exhaustivo. El consumidor, además de que es cambiante en cuanto a gustos y preferencias es volátil al ser permeado por las tendencias debido a factores psicológicos que posean. Las organizaciones, dependiendo del radio de acción en que operan, deben estar un paso adelante del consumidor, advirtiéndolo los posibles cambios y generando tendencia en los mercados para crear una hoja de ruta comercial propia y apalancar la marca en la siquis del consumidor. McCarthy (2000), expresa que el marketing busca el logro de los objetivos de una empresa al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al cliente.

Es primordial tener en cuenta que el consumidor (esporádico o permanente), por ser la persona que va a pagar por los productos y/o servicios, obliga a la empresa a sostener una relación directa con él, para que se sienta a gusto con la organización

y así poco a poco lograr la fidelización deseada. Esta relación es creada mediante el marketing directo, que no es más que una de las mayores herramientas para tener datos consolidados que se convierte en conocimiento sobre los clientes, además de que, en doble vía, permite que el cliente sienta que la empresa lo valora. Para ello, se usan métodos como: la encuesta, el mailing, las llamadas telefónicas, la asistencia a ferias, y actividades en plataformas digitales.

Por consiguiente, las empresas debe tener en cuenta aspectos que son relevante para mejorar los procesos implementados en el marketing, los cuales según Howard (2012), son identificar y conceptualizar las necesidades del consumidor, en función de la capacidad de la organización para producir, obligando a quienes tienen la capacidad de tomar decisiones en la empresa, a conceptualizar la producción obtenida en función de las necesidades previamente identificadas del consumidor y comunicarle dicha conceptualización.

Lo anterior, es importante para que las organizaciones analicen los aspectos relevantes y tomen las mejores decisiones para mejorar ya sea la producción o cualquier otra actividad realizada por la empresa en beneficio del consumidor. En ese orden de ideas, debe propender por que la conceptualización sea la más adecuada para el cliente, debido que, en algunos casos, el flujo de información no es el más eficiente o simplemente se pierde, por lo que se puede terminar la vida comercial de un producto en el mercado por no sentirse el cliente identificado con lo que la empresa está ofreciendo para satisfacer sus necesidades.

Según un artículo publicado por Alcázar (2013), en la revista digital Emprendedores, el contacto con el cliente final requiere cada vez más diferenciar los mensajes, canales y estrategias. Esto sig-

nifica un permanente repensar de la actividad y una constante vigilancia de los movimientos del mercado y sus actores. La innovación y la gestión del conocimiento papel fundamental en este objetivo de conectar con el cliente, esto en atención a que el mercado está sobresaturado de mensajes y estrategias parecidas y hacer una variación constante de estas hará que el cliente se mantenga expectante respecto a la marca y a los beneficios que podrá encontrar en la misma.

Para esto el autor señala tres claves importantes que se exponen a continuación.

- 1. Nuevas formas de segmentación:** Hacer un marketing mucho más sofisticado y atacar a nichos más concretos es uno de los objetivos de las organizaciones debido a que en el mercado hay diversidad de gustos en los consumidores y hay que saber segmentarlos de una forma más concreta que permita llegar a ellos eficazmente.
- 2. Nuevas formas de acercarse a ellos:** Hace 2 décadas, un programa líder en televisión alcanzaba un 30% de audiencia, ahora alcanzar un 14% es un total éxito. El rating está más fraccionado y saturado, los estudios muestran que tres de cada 4 hogares eluden los anuncios publicitarios. El objetivo del nuevo marketing es introducirse en la vida diaria del cliente, es decir, generar publicidad sin que sea un estorbo para el consumidor, es decir sutilmente.
- 3. Nuevos mensajes:** Transformar la idea o contenido obsoleto de lo que se le está publicitando al consumidor, los pensamientos van modificándose y la manera de recibir información igual. Hay que crear contenido que rompa esquemas, que impacte al consumidor al momento de visualizarlo, para que en cualquier situación se garantice la recor-

dación de la marca, del producto, elevándose las probabilidades de que el consumidor prefiera el producto y/o servicio por la novedad como le llegó la información de este.

La entrada de una empresa a la plena competencia del mercado global la expone a la necesidad de planificar y para ello el plan de marketing es un instrumento que facilita ostensiblemente el alcance del mercado de destino. Como parte de esta planificación es conveniente examinar algunas experiencias de otras organizaciones, del sector, en el mismo país y estudiar las características económicas, culturales, políticas y normativas de este para conocer el terreno donde se insertará la empresa a fin de evitar sorpresas que afecten el establecimiento y desempeño de la organización o del producto y/o servicio.

Después de observar todos estos factores es de suponer que se hará la selección del mercado donde la organización tenga las mejores oportunidades. Cuando el producto esté posicionado en el mercado internacional lo fundamental es hacer que se mantenga, lo que se puede alcanzar a través de campañas de promoción, publicidad, y trabajando, como se había ya mencionado, directamente con los consumidores y ofreciéndole lo que necesitan. Es vital, revisar constantemente el entorno para advertir la necesidad de hacer modificaciones que se adapten al cambio ya que el mercado no es constante y requiere de pericia seguir el paso fuerte que impone en términos de innovación, precios y calidad.

Concepto de calidad

La calidad es un término ambiguo en el sentido de que los estándares varían de acuerdo con el mercado, el producto y el precio. Sin embargo, las organizaciones reconocen la importancia de producir con calidad puesto que es una de las for-

mas de añadir valor al producto y/o servicio. En Crece Negocios (2011) se asocia la calidad con las características de un producto que buscan satisfacer necesidades, gustos y preferencias, del consumidor. En este sentido las características están ligadas al diseño, la presentación, la estética, la conservación, la durabilidad, el servicio al cliente, el servicio de postventa, entre otros.

Certificarse o no en calidad es una decisión únicamente de la empresa de acuerdo con sus metas y propósitos. En este aspecto es preciso señalar que ostentar una certificación, como lo indica ICONTEC (2008), requiere la construcción y operacionalización de elementos de cada uno de los procesos, el manual de calidad, la documentación de procedimientos y la política de calidad, entre otros. Muy a pesar de ello, la certificación, especialmente cuando se ingresa a un mercado internacional, exige más allá de llenar los requisitos documentales que requiere el sistema, sino que dichos planteamientos y seguimiento a los procesos sean ejecutados óptimamente dando como resultado la calidad total, la facilitación de procesos internos, la mejora en las comunicaciones internas y externas y sin duda alguna un mejor producto y/o servicio para el cliente final.

Es de resaltar la necesidad de que la norma tenga una estrecha vinculación con el marketing en las organizaciones, en tanto a que la política de calidad aborde aspectos importantes del marketing. Esto permite generar solidez en los productos al momento de comercializarlos, una gestión acertada en el mercado, una logística integral y sobre todo un manejo óptimo de sus recursos.

Entonces así, el marketing es una herramienta dispuesta mejorar los procesos de calidad, por ello la aplicación de la norma al interior de la empresa no puede ser rígida, ya que la flexibilidad de esta permitirá modificar acciones acordes con

los cambios del mercado que detecten las estrategias de marketing. Los estudios de mercados, análisis de la competencia, entre otras acciones, le facilitan a la norma de calidad tener objetivos aterrizados a la realidad del mercado y a tener la posibilidad de mejorar constantemente dichas metas.

Ahora bien, las organizaciones que toman la decisión de salir al mercado extranjero se encuentran, teóricamente, frente a 180 posibilidades (países) de expandirse a la economía mundial. Ante ello se debe pensar y analizar con datos certeros ¿A cuáles de estos mercados dirigirse?, ¿Cuál o cuáles cumplen unas mínimas garantías para la empresa y el producto? y ¿En cuál o cuáles el producto cumple con las exigencias de la demanda? Todo esto en atención a que el mundo no es homogéneo, la cultura, los sistemas políticos, económicos y las facilidades logísticas influyen fuertemente en cómo vender un producto, por más básico o sencillo que este sea.

Influencia directa del marketing sobre las gestiones de calidad y ambiental

La necesidad de las empresas de acceder a mercados internacionales, por razones de competitividad, reconocimiento, logro de metas, entre otros aspectos, han hecho que sobresalga la estrecha relación que existe entre la gestión de mercadotecnia o marketing con la sincronía de los procesos productivos y la aplicación real de las normas de calidad. ¿De qué sirve tener estrategias de marketing con base en análisis de competidores y clientes si el producto carece de calidad? o ¿De qué sirve tener un producto de calidad si las estrategias no están planificadas de acuerdo con un cliente que lo requerirá?, lo que hace que el Marketing y la calidad guarden una estrecha relación que es recíproca y permanente.

En muchas ocasiones las empresas sufren choques culturales en los mercados de ingreso debido al poco análisis y estudio de las condiciones internas y la poca comparación de estas con el producto. Modificar el producto y/o servicio puede ser una acción para desarrollar en estos casos para evitar costos económicos elevados o fracasos de ingreso. Sin embargo, un error aún más grave es desarrollar una estrategia de marketing a un producto que carece de calidad o en el que existen deficiencias en alguna de las áreas destinadas para su producción.

Es claro que el mercado castiga a los productos de mala calidad, pero es más severo con las marcas que publicitan algo irreal. Para evitar esto es necesario manejar un marketing ético y responsable con el cliente final y la organización misma. También es preciso que desde esta área se sugieran propuestas de calidad que apunten a mejorar el producto, pues en últimas quien tiene la información de los estándares de calidad que el cliente o el mercado maneja es la de marketing.

Prestar atención a los análisis de mercadotecnia es una guía importante para conocer no solo lo que el cliente quiere, sino cómo y en qué condiciones de calidad lo desea. Debido a que la percepción de calidad en los clientes es variable y por tanto debe ser monitoreada mediante técnicas que el marketing ha desarrollado. En los mercados internacionales, donde la diversidad es importante, también la calidad es mirada desde varios puntos de vista y cualquier defecto en el producto, el empaque, la logística de ingreso o retorno del producto puede constituirse para el cliente en un factor en contra, lo que puede conllevar la expansión de una percepción negativa sobre la misma en el entorno.

Sobre lo anterior, Groth y Dye (1999) conceptualizan que la calidad desde la orientación ha-

cia el cliente tiene muchos elementos de percepción, y es allí donde el marketing entra a jugar un papel crucial pues el mercadeo cuenta con las herramientas para medir factores especiales relacionados con el valor percibido y la calidad de este. Estos autores destacan las relaciones conceptuales y nuevas ideas que tocan en una matriz de temas que incluyen factores tales como: factores críticos, utilidad y las influencias psíquicas, el valor percibido; variación de las necesidades; percepciones-realidad divergencia y percepciones-varianza de la realidad; y servicio calidad, riesgo de servicio y riesgo de calidad.

Entre las conclusiones que se pueden obtener figuran que la orientación al mercadeo tiene un impacto fuerte y positivo en la gestión de la calidad, pero no tiene un impacto significativo en el desempeño de la organización. Además de que hay una relación positiva entre el nivel de implementación de la gestión de la calidad y la actuación de la organización. También, que la orientación al mercadeo tiene un impacto positivo para el desempeño organizacional a través de un papel mediador de la implementación de la gestión de la calidad, lo que significa que la gestión de la calidad es una herramienta de gestión facilitadora para desempeño organizacional en entornos relativamente más dinámicos.

En este sentido, Mehmet Demirbag, et al. (2006) señalan que cuando hay gestión de la calidad y un mercadeo orientado hacia ella, los logros financieros son más notorios para la organización. San Miguel et al. (2016), coincide con lo anterior, al proporcionar evidencia de la estructura multidimensional de gestión de la calidad y la orientación al mercado, por ello la gestión de calidad contribuye a un mayor grado de orien-

tación al mercado en las organizaciones ya que una relación positiva significativa entre un conjunto de componentes del primer concepto (a saber, procesos, liderazgo y personas).

Es de destacar que, en 1995, Eugene H. Fram señala que el éxito a largo plazo de la gestión de la calidad total depende de iniciativas que se asocien con el marketing. El objetivo es integrar las necesidades de los clientes y para las empresas que hacen esta integración la voz del cliente aporta a la expansión del movimiento comercial y al desarrollo de productos y servicios que motivan la compra en los clientes.

En la misma dirección Zelbst, et al. (2010) agrega que la orientación al mercado tiene impactos positivos en la gestión de la calidad, que a su vez impactan positiva y directamente en las operaciones, y esta última de igual forma tanto en el manejo organizacional, como en la logística. Esto tiene unas implicaciones prácticas pues disponen de un marco para evaluar los efectos de la combinación entre la orientación al mercado, los programas de mejora de operaciones y la logística de la organización.

Otra cualidad de esta alianza entre calidad y marketing la expone Pattanayak et al. (2017) al mostrar que la gestión de la calidad está positivamente asociada con el servicio al cliente, y a su vez están significativa y positivamente asociadas con la calidad del servicio. Los autores demuestran empíricamente que, mediante la correcta implementación de la gestión de la calidad, pueden ser mejorados la calidad del servicio y la orientación al cliente. Siguiendo este postulado, permite concluir que las prácticas de gestión de calidad bien implementadas mejoran el servicio al cliente y que las actividades de ca-

lidad centrada en el mercado elevaran los niveles de satisfacción y la lealtad de los clientes.

Un aspecto para tener en cuenta es la calidad del marketing que ejecuta la empresa. Al respecto, Mele (2007), por medio de estudios de casos, encontró que la relación entre gestión de calidad y marketing es complementaria y sinérgica para facilitar una gestión eficiente del proceso de creación y entrega de valor. Es decir; la gestión de calidad representa un insumo crucial en el desarrollo de una orientación de mercado. En esto la gestión de calidad proporciona una importante influencia tanto teórica como en la práctica para la gestión de marketing. Por lo tanto, la gestión de calidad y la comercialización son aliados poderosos y omnipresentes en la estrategia de la empresa que está orientada al cliente.

En cuanto a las empresas de servicios y la calidad en ellas, Bennett y Barkensjo (2005), en un estudio con organizaciones de calidad, encontraron que el uso de marketing relacional representaba un instrumento eficaz para mejorar la calidad de las relaciones y la satisfacción de los beneficiarios de los servicios. En este estudio, las organizaciones de calidad que “escucharon” a clientes beneficiarios y que interactúan con ellos lograron una buena calificación en la implementación de marketing relacional. La calidad de la relación, así como la calidad real del servicio indujeron a los beneficiarios a querer recomendar la organización a otras personas y se desarrolla una positiva publicidad “boca a boca”.

Por último, desde la óptica interna de las organizaciones, Opoku, et al. (2009), aportó desde el estudio de la relación entre empleados, la gestión de clientes y las percepciones de la calidad del servicio. Luego de encuestar 32 altos directivos,

100 empleados y 200 clientes externos de un importante Banco en Ghana; los resultados sugieren que el marketing interno puede tener una influencia en la calidad del servicio. Al utilizar los servicios, interactúan con compañeros de trabajo, y por lo tanto pueden tener sentimientos positivos en la entrega de servicios. Igualmente, los resultados mostraron la importancia de la satisfacción externa del cliente por la estrategia de comercialización, lo que indica que el banco alienta un servicio de calidad por utilizar técnicas de marketing adecuadas por la creencia que esto afecta la satisfacción del cliente externo.

Este artículo también aborda la importancia de relacional del marketing con la gestión ambiental. Esto es tendencia en el mercado global puesto que en atención a las problemáticas que afronta el mundo: contaminación, efecto invernadero y catástrofes naturales, la gestión del ambiente inmediato es una contribución que el cliente valora en las organizaciones o empresas de las cuales se satisface.

En lo que respecta al medio ambiente viene tomando fuerza la aplicación del marketing ambiental, el cual busca fomentar un cambio social para el medio ambiente. La idea es que las organizaciones a nivel mundial produzcan un cambio social en pro del medio ambiente y así salvaguardar la naturaleza. En B-Green (2013) este concepto es explicado como el marketing que tiene en cuenta la variable ambiental como estratégica en la relación empresa-cliente la cual los beneficia a ambos en las esferas económica, comercial, social y a futuro.

La existencia de empaques biodegradables, el uso de menor plástico en las botellas, las estrategias de recolección de residuos y el reciclaje de estas, además del ahorro de recursos como el agua y la energía son algunas de las estrategias

adoptadas. Por consiguiente, el marketing puede coadyuvar a la gestión ambiental determinando cuales son las mejores prácticas que los clientes y el mercado objetivo valora más y así diseñar o aplicar estrategias que sigan apuntando a cumplir las expectativas de los clientes.

El marketing asociado a la gestión ambiental buscará vender una empresa social y ambientalmente responsable con el contexto y la población circundante, de forma similar la gestión ambiental se alimenta de marketing y ambas de la gestión de la calidad. Esto convierte a las gestiones de calidad, ambiental y al marketing en un trinomio oportuno para complacer al cliente, obtener datos permanentes y precisos del mercado, mejorar los procesos del producto y/o servicio y aportar en mayor medida a la recuperación ambiental y desarrollo social del territorio donde opera la organización.

Al respecto la norma establece las características y manejo de los sistemas de gestión ambiental que debe tener las empresas con el fin de conservar en perfectas condiciones el entorno en donde realiza las actividades (alcance) y de disminuir los impactos ambientales a los recursos naturales. En este punto la innovación en los procesos es una herramienta para tener en cuenta puesto que el menor uso de recursos naturales en la elaboración de un producto solo es posible reinventando los procesos y las herramientas que se usan para él, así como en algunos casos identificando y usando nuevos insumos menos abrasivos con la naturaleza.

Es importante que las organizaciones utilicen matrices de aspecto/impacto ambiental para llevar un control adecuado de todas sus actividades y disminuir el riesgo al ambiente. Atendiendo esto, a que en los últimos años ha surgido la tendencia de “marketing verde” centrado en la protección

del medio ambiente. Xiao-di y & Tie-jun (2000) y Del Rio & Cardona (2017) aseguran que esta tendencia es importante para intensificar la investigación para mejorar la capacidad de comercialización, protegiendo la marca para participar en la competencia en los mercados mundiales.

El marketing verde está incursionando de forma permanente y sobre todo al momento de mostrar nuevas maneras de hacer publicidad o simplemente de comunicar un mensaje. Un ejemplo de esto es la comercialización de vehículos que funcionan con electricidad. La estrategia enfatiza en demostrarle al cliente la no conveniencia del uso de combustible fósil y contribuir a la preservación de la capa de ozono. Al respecto, en el artículo “Barómetro de Biodiversidad”, de la Biocomercio (2012) se argumenta que el mercado aprueba o no los esfuerzos de sostenibilidad ambiental por parte de las empresas y que la certificación de dichas prácticas le otorga mayor credibilidad.

Herramientas de medición de la relación calidad -marketing

La gestión de la calidad ha desarrollado herramientas y métodos para medir la calidad, que pueden ser utilizados para medir la calidad del servicio, y esto constituye otra interfaz entre la gestión de calidad y la gestión de marketing. Guiffrida y Messina (2009) demuestran la utilidad de herramientas como el análisis de Pareto, Ishikawa causa y efecto (Fishbone) diagramas y gráficos de control de procesos como técnicas para ayudar a la gestión en el control de la calidad del servicio. Estos autores aclaran que pueden surgir dificultades cuando se usan técnicas de control de calidad tradicionalmente orientadas al producto en el entorno de comercialización de servicios.

En esta misma dirección, Hsia y Chen (2013) recomiendan los sistemas de control de cali-

dad Six Sigma para mejorar la satisfacción del consumidor. Los autores describen como utilizando un diagrama de causa y efecto, identificaron las principales categorías causales de la insatisfacción de los consumidores, los objetivos prioritarios de mejora de los productos, implementando un análisis holístico del servicio defectuoso y generando estrategias específicas. También indujeron mejoras concretas a los productos y servicios defectuosos, estableciendo procedimientos operativos estándar y un sistema de gestión del conocimiento para estandarizar las operaciones y mantener el control a largo plazo.

En tal sentido, la calidad tiene un papel fundamental desde la misma concepción en sus términos cognitivos que permitan desde la academia contribuir a la ampliación del concepto, (Romero, 2014).

El uso de alguna de estas herramientas corre por cuenta de las necesidades de cada empresa y de la planeación de las evaluaciones de sus procesos. En este artículo se identifican aportes importantes a considerar para unir las gestiones de la calidad y ambiental al logro de las metas del marketing y así mismo como el marketing puede influir positivamente en el mejoramiento de la calidad y al aporte medioambiental de la organización.

Referencias bibliográficas

- Alcázar, P. (02 de 04 de 2013). Emprendedores. Recuperado el 15 de 11 de 2014, de <http://www.emprendedores.es/ideas-de-negocio/claves-del-marketing-del-siglo-XXI>.
- B-Green (2013). Recuperado el 15 de 11 de 2014, de http://b-green.pe/que_es_green_marketing/
- Bennett, Roger y Barkensjo, Anna (2005) "Relationship quality, relationship marketing, and client perceptions of the levels of service quality of charitable organisations", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 16 Issue: 1, pp.81-106, <https://doi.org/10.1108/09564230510587168>.
- Biocomercio, U. p. (2012). *Barómetro de Biodiversidad*.
- Cardona-Arbeláez, D., Montenegro Rada, A., & Hernández Palma, H. (2017). Creación de empresa como pilar para el desarrollo social e integral de la región caribe: Apuntes críticos. *Saber Ciencia Y Libertad*, 12(1), 130-139. Recuperado de <http://www.sabercienciaylibertad.org/ojs/index.php/scyl/article/view/220>.
- Crece negocios. (20 de 7 de 2011). Recuperado el 15 de 11 de 2014, de <http://www.crecenegocios.com/concepto-de-calidad/>
- Czinkota, M. (2004). *Marketing Internacional*. México: Thomson Learning.
- Del Río-Cortina, J. L., Cardona-Arbeláez, D., & Guacarí-Villalba, A. (2017). Responsabilidad social empresarial y construcción de la marca: una nueva mirada a las estrategias de gestión. *Revista De Investigación, Desarrollo e Innovación*, 8(1), 49-60.
- Fierro, I., Cardona Arbeláez, D. A., & Gavilánez, J. (2017). Digital marketing: a new tool for international education. *Pensamiento & Gestión*, (42), 241-260.

- Fram, Eugene H. (1995) "Not so strange bedfellows: marketing and total quality management", *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 5 Issue: 1, pp.50-56, <https://doi.org/10.1108/09604529510081811>.
- Guiffrida, A. Messina, M. (2009). "A Cost-Based Model for Improving Customer Waiting Times," 2009 42nd Hawaii International Conference on System Sciences, Big Island, HI, 2009, pp. 1-7. doi: 10.1109/HICSS.8.
- Hair, J., Bush, R., & Ortinau, D. (2010). *Investigación de mercados: en un ambiente de información digital* (4 ed.). México: McGraw-Hill.
- Hsia TC., Chen SC., Chen KS. (2013) The Application of Six Sigma to Enhance Product and Service Quality in Internet Marketing. In: Qi E., Shen J., Dou R. (eds) *The 19th International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management*. Springer, Berlin, Heidelberg.
- Howard, J. (2012). *Marketing Zaragoza*. Recuperado el 15 de 11 de 2014, de <http://marketingzaragoza.es/definicion-marketing>.
- ICONTEC. (14 de 11 de 2008). NTC-ISO9001. Norma, 3. Bogota.
- John C. Groth, Richard T. Dye, (1999) "Service quality: guidelines for marketers", *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 9 Issue: 5, pp.337-351, <https://doi.org/10.1108/09604529910282517>
- McCarthy, E. J., & Perreault, W. D. (2000). *Marketing un enfoque global*. México: McGraw-Hill.
- Mehmet Demirbag, S.C. Lenny Koh, Ekrem Tatoglu, Selim Zaim, (2006) "TQM and market orientation's impact on SMEs' performance", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 106 Issue: 8, pp.1206-1228, <https://doi.org/10.1108/02635570610710836>
- Mele, Cristina (2007) "The synergic relationship between TQM and marketing in creating customer value", *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 17 Issue: 3, pp.240-258, <https://doi.org/10.1108/09604520710744281>.
- Opoku, R.A., Atuobi-Yiadom, N., Chong, C.S. and Abratt, R. (2009) The impact of Internal Marketing on the perception of service quality in retail Banking: A Ghanaian case. *Journal of Financial Services Marketing* 13 (3): 317–329. doi: 10.1057/fsm.2008.26.
- Pattanayak, Durgesh; Koilakuntla, Maddulety; Punyatoya, Plavini (2017) "Investigating the influence of TQM, service quality and market orientation on customer satisfaction and loyalty in the Indian banking sector", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 34 Issue: 3, pp.362-377, <https://doi.org/10.1108/IJQRM-04-2015-0057>.
- Pitre-Redondo, R., Cardona-Arbeláez, D., & Hernández-Palma, H. (2017). *Proyección del emprendimiento indígena como mecanismo de competitividad en el postconflicto colombiano*. *Revista*

de investigación, desarrollo e innovación, 7(2), 231-240. doi:<https://doi.org/10.19053/20278306.v7.n2.2017.6068>.

Ries, A., y Trout, J. (1988). La guerra de la mercadotecnia. Mexico: McGraw-Hill

Romero González, Z. (2015). El sistema de aseguramiento de la calidad en la educación superior. Saber Ciencia Y Libertad, 9(2), 11-14. doi:<http://dx.doi.org/10.22525/sabcliber.2014v9n2.1114>.

Stanton, W., Walker, B., y Etzel, M. (2007). Fundamentos Del Marketing. McGraw-Hill.

Xiao-di, Z., & Tie-jun, Z. (2000). Green marketing: A noticeable new trend of international business. Journal of Zhejiang University, 1 (1), 99-104

Zelbst, Pamela J, Green, Kenneth W, Abshire, Jr, Roger D, Sower, Victor E. (2010) “Relationships among market orientation, JIT, TQM, and agility”, Industrial Management & Data Systems, Vol. 110 Issue: 5, pp.637-658, <https://doi.org/10.1108/02635571011044704>.

La minería criminal en el río Atabapo frontera colombo venezolana: propuestas de solución¹

Mining in criminal Atabapo river venezuelan border colombian: Proposed solutions

Andrea Catalina Fonseca Moreno²
Carlos Edgardo Gualteros Pinzón³
PhD. Jaime Eduardo González Díaz⁴

Resumen

El propósito de este artículo es describir el fenómeno de la minería criminal en el río Atabapo límite territorial con Venezuela, y presentar propuestas de solución a este fenómeno. Este es producto de una investigación descriptiva. Presenta un diagnóstico de los aspectos influyentes en el ámbito económico, social, político y militar; y los efectos de estos a futuro de no generarse o contar con una política que permita regular tal actividad. En el aspecto económico los pobladores mayoritariamente indígenas han cambiado la forma de sustentarse debido a la generación de empleo directo por parte de grupos que desarrollan actividades de minería criminal, así también como la afectación de esta actividad en el tema de regalías. En el aspecto social es importante atender la afectación a mediano y largo plazo de la salud de la población de los dos países generada por el vertimiento de elementos como mercurio y cianuro. En el aspecto político, el desconocimiento de la población del área referente a la normatividad minera, la afectación de la soberanía de los dos países dada por la influencia del hombre en el lecho del río. En el ámbito militar actualmente en área y en general en esta parte de la frontera se encuentran grupos al margen de la ley que se ubican estratégicamente en la frontera Colombo-Venezolana con el objetivo de consolidar corredores tácticos de movilidad.

Palabras Claves

Frontera Colombo-Venezolana, minería criminal, río Atabapo, ecológico, comunidades

Abstract

The purpose of this article is to describe the phenomena of criminal mining in the river Atabapo territorial border with Venezuela, and present proposed solutions to this phenomenon. This is a descriptive research product. It presents a diagnosis of influential aspects in the economic, social, political and military fields; and the effects of these futures generated or not to have a policy for regulating such activity. On the economic side the mainly indigenous people have changed the way we sustain due to the generation of direct employment by groups active criminal mining, as well as the involvement of this activity on the issue of royalties. In the social aspect it is important to address the effect on medium and long-term health of the population of the two countries caused by the dumping of elements such as mercury and cyanide. On the political side, ignorance of the area's population concerning mining regulations, the impact on the sovereignty of the two countries given by the influence of man on the riverbed. In the military area currently and generally in this part of the border are groups outside the law are strategically located in the Colombian-Venezuelan border with the aim of consolidating tactical mobility corridors.

Keywords

Colombo-Venezuelan Border, Criminal Mining, Rio Atabapo, Ecological, Communities

Fecha de recepción: 11 de Diciembre de 2018, Fecha de evaluación: 7 de Enero de 2019, Fecha de aceptación: 4 Marzo de 2019

1. Artículo derivado del trabajo de grado Prospectiva estratégica del desarrollo de la minería criminal en límite territorial con Venezuela por Andrea Catalina Fonseca Moreno y Carlos Edgardo Gualteros Pinzón, dirigido por Jaime Eduardo González Díaz.

2. Capitán de Corbeta Armada Nacional de Colombia. Profesional en Ciencias Navales. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4480-1905>

3. Capitán de Corbeta Armada Nacional de Colombia. Profesional en Ciencias Navales

4. Administrador de Empresas. Magister en Desarrollo Empresarial. Doctor en Ciencias Sociales Universidad del Zulia. Profesor asociado Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco Cartagena (Colombia). gonzalezdj@tecnocomfenalco.edu.co. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9441-5543>.

Introducción

Aunque algunos hablan de minería ilegal, para efectos de este trabajo se denominara minería criminal por dos razones básicamente, primero, porque las ganancias de esta actividad en parte se destinan al financiamiento de los diferentes grupos al margen de la ley en nuestro país; y segundo, —desde la perspectiva del gobierno nacional— obedeciendo a la necesidad de tener las herramientas jurídicas que permitan la judicialización de aquellos quien en forma no controlada desarrollen esta labor.

Este espacio geográfico está siendo explotado por parte de estos grupos, aprovechando la ausencia del estado, agravando así la situación una población la cual no cuenta con el apoyo del estado para suplir las necesidades básicas como son salud y educación, usurpando la cultura indígena reinante en el área, y explotando en forma indiscriminada no solamente el recurso natural sino a la población misma.

Este análisis se desarrolla no solo tomando en cuenta la afectación a nivel interno de nuestro país, sino que por el contrario las posibles consecuencias de la no atención por parte del estado a nivel externo particularmente con Venezuela quien de una u otra forma se está viendo afectado por la ausencia del estado colombiano en esta zona del país, siendo este un riesgo latente y poco estudiado.

Métodología

El presente artículo es producto de una investigación es de carácter descriptivo. Para el desarrollo de la misma se entrevistó personal de la Recoif (Regional de Contrainteligencia Fluvial), de la Armada Nacional de Colombia que se encuentra desarrollando operaciones en el área general del río Atabapo y en sí que tienen contacto cercano con los diferentes líderes tanto gubernamentales, indígenas, como con quienes desarrollan actividad minera en forma ilegal. Igualmente, se utilizaron fuentes secun-

darias consistentes en diferentes publicaciones científicas, publicaciones de divulgación, y diferentes textos institucionales. Los resultados fueron procesados por medio del análisis de contenido.

Resultados

La minería criminal en Colombia

El concepto de la minería criminal es un concepto nuevo y utilizado en nuestro país. Este concepto o definición se da por parte del gobierno nacional con el ánimo y con el fin de dar a conocer y socializar un problema que afecta diferentes aristas sociales, políticas, económicas, militares y culturales. Este problema se evidencia y se soporta en la explotación de metales y minerales de forma ilegal en sus diferentes formas y métodos de extracción, y no obedeciendo la normatividad existente para dicha actividad, y cuyo fin económico en su gran parte se destina para la financiación de actividades y grupos al margen de la ley.

En el informe presentado por la Presidencia de la República, en temas de seguridad, la minería actualmente está en evolución y se está convirtiendo en una fuente principal de financiación de grupos ilegales, recaudando un aproximado de 7,1 billones de pesos al año, con el agravante de estar presente en más de 233 municipios alrededor del país.

Para entender el papel y la importancia de la minería criminal en el financiamiento de los grupos al margen de la ley, se presenta el siguiente análisis comparativo entre la producción mensual de un kilo de oro en una balsa dedicada a la minería criminal y la producción mensual de un kilo de droga (mariguana o cocaína). Los datos presentados a continuación fueron recolectados en el área por parte de personal de la Regional de Contrainteligencia Fluvial (Recoif) y aunque son públicos, las fuentes utilizadas poseen clasificación reservada.

Tabla 1: Comparativo entre la minería criminal y el narcotráfico

Producto (1Kg)	Costo de producción (Aproximado)	Precio de venta (Aproximado)	Utilidades (Aproximado)
Cocaína	\$1.333.000.00	\$6.466.365.00	\$5.133.365.00
Pasta de coca	\$727.272.00	\$2.527.000.00	\$1.799.728.00
Marihuana	\$990.000.00	\$5.000.000.00	\$4.010.000.00
Oro	\$67.682.000.00	\$87.480.000.00	\$29.518.000.00

Fuente: Recoif (2015).

A partir de lo anterior, se puede evidenciar como es que en la actualidad la minería criminal ha desplazado al narcotráfico en los montos de financiamiento en primera medida por las utilidades, y segundo; por la “legalidad” del primero frente al segundo, por ejemplo; la tenencia de narcóticos actualmente es penalizada y sancionada, mientras que la tenencia de elementos tales como el oro no revisten riesgo alguno para los comerciantes ilegales de este elemento.

La minería criminal en el río Atabapo

El río Atabapo Está localizado en el extremo oriental de Guainía; marca el límite entre Colombia y Venezuela. Las poblaciones cercanas son Puerto Inírida y Amanavén, en la desembocadura del Guaviare (Colombia) y San Fernando de Atabapo (Venezuela). Marca el límite entre Colombia y la hermana República de Venezuela en casi todo su recorrido, lleva en su lecho aguas negras brillantes que se convierten en rojas en pequeña cantidad. Es inmensamente ancho, casi dos kilómetros, para su relativamente corta longitud (Figura 1).



Figura 1. Río Atabapo

Fuente: Colparques.net

El departamento del Guainía, se caracteriza por poseer una gran riqueza natural, donde el desarrollo y la explotación de la agricultura, pesca y minería se han convertido en las bases o los pilares básicos de la economía de este departamento.

Referente a las vías de comunicación, en este departamento son principalmente fluviales, existen en este departamento dos aeropuertos ubicados en Puerto Inírida y en Barrancominas. Desafortunadamente no existen vías que permitan la comu-

nicación de este departamento con el centro del país siendo este la principal razón de la ausencia y falta de progreso de la región.

El Atabapo desemboca en el Orinoco y allí forman un accidente hidrográfico sorprendente y único en el planeta: tres ríos confluyen en el mismo punto y dibujan una cruz. El Orinoco forma dos de los paraleles, el Atabapo uno y el Guaviare el restante. El accidente se observa muy bien desde el aire. En el verano se forman inmensos playones de arena blanca en el río, razón por la cual casi se puede pasar caminando desde Colombia hasta Venezuela (Colparques, 2015).

El río Atabapo está clasificado como río internacional teniendo en cuenta que este si bien no atraviesa si separa y delimita en este caso dos estados. La academia de Derecho Internacional 1956 enuncia que un río internacional “es el que fluye por territorio de dos o más Estados o entre dichos estados. Adicionalmente la convención de 1997 sobre curso de aguas Internacionales, enuncia que “entenderá como un curso de agua Internacional al que alguna de cuyas partes se encuentran en estados distintos” (Gómez, 2007).

Otras condiciones adicionales para que este río sea denominado o clasificado de tipo internacional es

que dividen dos estados y adicionalmente sirvan para la navegación. En el caso de no ser navegables se toma la mitad del curso para cada uno de los Estados ribereños. Se deben aplicar los principios de solidaridad y mutua dependencia entre los Estados riverenos, no solo para el río principal si no para la cuenca y sus afluentes (Chavez, 2015).

La minería criminal en Colombia y específicamente en el área en estudio es la denominada minería aluvial. Esta minería es aquella que es desarrollada a las orillas de los ríos. (Min minas y energía, 2003). En el caso particular del río Atabapo, esta funciona de la siguiente manera: los dueños de las plataformas las cuales llamaremos a partir de ahora balsas (Figura 2), las cuales colocan en el borde del río.

Estas balsas están dotadas principalmente por una planta eléctrica de mediano tamaño, dos motobombas y una gran variedad de láminas de colado de diferentes calibres. El proceso desarrollado por estos trabajadores básicamente es la extracción de la arena del río mediante motobombas. Esta mezcla de agua con arena es depositada en las láminas de colado (coladeras) las cuales como su nombre lo indica se encarga de colar o filtrar las partículas sólidas y dejar fluir el agua de regreso al río.

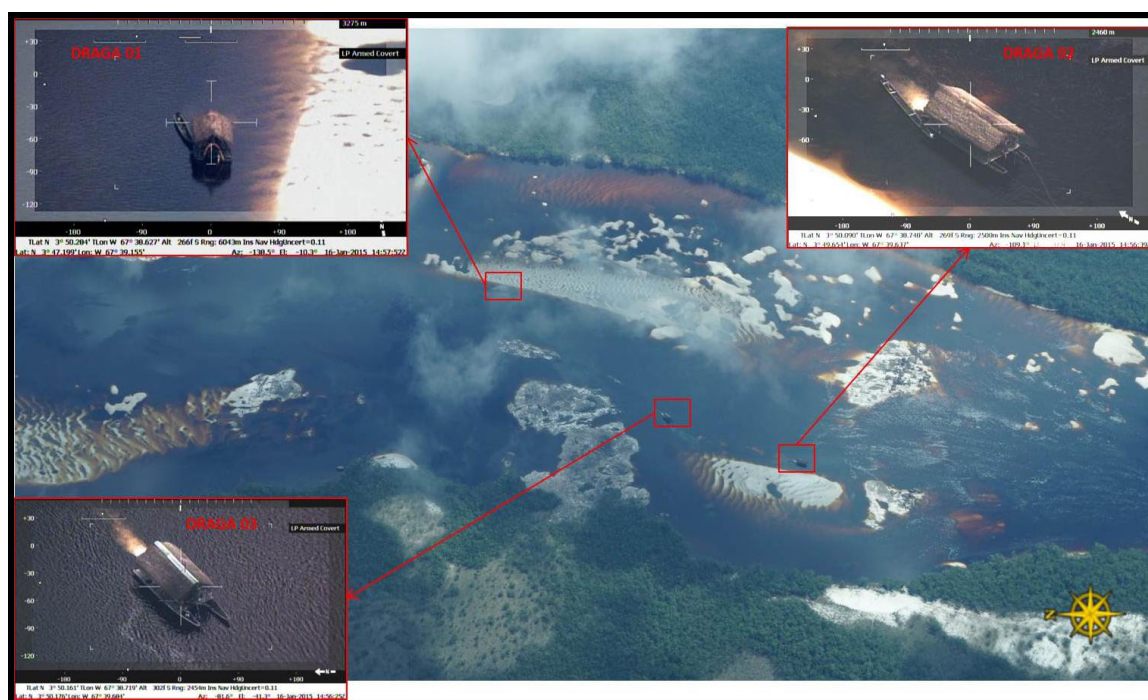


Figura 2. Identificación Balsas Ilegales

Fuente: Regional de Contrainteligencia Fluvial. Armada Nacional de Colombia.

Posterior a esta labor, esta arena o residuos sólidos es lavada nuevamente con el agua del río, posteriormente utilizan mezclas de cianuro y mercurio con el fin de efectuar el proceso de amalgamación, el cual consiste en la separación de partículas de oro que se encuentran en la arena de tal forma que sean de fácil manipulación. Es de resaltar que esta tarea es la que genera una mayor contaminación de las aguas por vertimiento de estos elementos químicos y tóxicos en estas.

Aspectos influyentes de la minería criminal

Ámbito económico.

Tradicionalmente las comunidades del área del río Atabapo basan su economía en la horticultura, la pesca y la cacería. Sin embargo, su principal actividad económica ha sido la elaboración de artesanías tales como canastos, rayadores y objetos de cerámica, y se apoyan con la extracción de pandare, caucho, y fibra de chiquichiqui, que se utiliza para la elaboración de escobas. Igualmente, siguen utilizando en algunos casos el trueque entre los miembros de la comunidad como medio de intercambio para suplir algunas necesidades básicas (Arango y Sánchez, 2004).

Actualmente, han cambiado la forma de sustentarse y obtener beneficios económicos debido a la generación de empleo directo por parte de grupos que desarrollan actividades de minería criminal en el área. Estos grupos utilizan a los indígenas como mano de obra no calificada y para desarrollar labores tales como lavado de arena y buceo artesanal, lo cual genera mayor ganancia y beneficios económicos para estas comunidades, que las actividades derivadas de su economía tradicional (Recoif, 2015).

Es decir, para la operación de las balsas los dueños de las mismas buscan mano de obra barata y no calificada. Son así los indígenas la herramienta más fácil y económica para el desarrollo de estas actividades. Como se señaló arriba, los indígenas son empleados como buzos artesanales los cuales dirigen las mangueras dentro del río de tal forma que se optimice el empleo de las motobombas, y sea entonces la mayor la cantidad posible de arena extraída, colada y procesa-

da en búsqueda del oro principalmente. (Recoif, 2015).

Hay que destacar, que hay en la zona personas de estas comunidades indígenas que tienen autorización de explotación de minerales en forma artesanal, estas autorizaciones en muchos de los casos son usadas por estos grupos que extraen recursos en una forma semi industrial e ilegal, los cuales presentan al momento de ser requeridos por las autoridades del área. Esto genera ingresos para muchos indígenas que poseen estos títulos o autorizaciones, en el sentido que por el uso de esos permisos, los mineros ilegales pueden llegar a pagar hasta un millón de pesos mensuales, suma que es elevada para un indígena pero irrisoria para los explotadores de los recursos (Recoif, 2015)

Ámbito social.

Dentro de las principales afectaciones sociales están los daños a la salud de los pobladores de la región, por un lado, como consecuencia de la utilización de mercurio y cianuro en la producción de oro en las balsas, y por otro lado, y en menor grado por la práctica del buceo no controlado.

La minería ilegal no es nueva en Colombia, en el país se ha estado desarrollando actividades de minería ilegal a lo largo de su historia. Esta actividad ha permitido el desarrollo de investigaciones sobre los efectos de la misma especialmente en la salud del ser humano. Por ejemplo, la Universidad de Antioquia en el año 2009 desarrollo de una investigación denominada “*Alteraciones neuropsicológicas en escolares de un municipio con niveles elevados de vapor de mercurio medioambiental*”, desarrollada en Segovia Antioquia se encontró que el 79.6% presenta alteraciones en comprensión del lenguaje, el 77.6% en funciones ejecutivas, el 52,6% en atención visual, el 43,9% en fluidez verbal, el 38,8% en memoria verbal a corto plazo y el 31.1% en memoria a largo plazo.

Es así importante resaltar que la exposición a vapores de mercurio en forma permanente genera dentro de los menores una afectación en su conducción neural haciendo que se afecte

su desarrollo intelectual, afectando esto el normal desarrollo del menor, en aspectos como el cognitivo, memoria y lenguaje, factores críticos para el normal desarrollo de un menor y el desempeño del mismo en labores académicas y sociales. Este trabajo enunciado fue realizado tomando una muestra de 196 estudiantes de una población de escolares de 4180, de los cursos de segundo de primaria a noveno de bachillerato (Vargas, B. Quiroz, P. 2009).

En general la exposición a este elemento químico reviste un potencial problema para la salud de las personas. La OMS que si bien todo el mundo está expuesto a este, existen riesgos tales como malformación fetal, desarrollo inadecuado del cerebro y funciones cognitivas, fallencias importantes en el desarrollo de la visión, el habla en menores de edad. En los adultos los efectos más notorios, estos se ven afectados con síntomas como cefalea, insomnio, pérdida de la memoria, llegando inclusive a la afectación del sistema urinario causando falla e insuficiencia renal. (OMS, 2013)

El cianuro por su parte es un elemento químico altamente toxico y los efectos para el ser humano pueden llegar a ser letales dependiendo directamente de la concentración del mismo y de los tiempos de exposición. La sintomatología de los efectos a la exposición de estos pueden estar entre un dolor de cabeza, malestar general, irritación en las vías respiratorias, irritación en los ojos, hasta afectación de la tiroides, perdida de la visión, entumecimiento o parálisis muscular y la muerte en muchos de los casos. En el caso de mujeres en estado de embarazo, la exposición a este químico produciría afectación en el desarrollo del feto y en algunos casos se han presentado casos de muerte prenatal (Ramírez, 2010).

Otro de los riesgos a los que se ve expuesta la población del área del río Atabapo y en especial al personal que labora en las balsas son los efectos del buceo no controlado. Sobre decir que el principal riesgo de esto -practicado en su mayoría por indígenas- está en el ahogamiento producido por la falta de experiencia, y sobre todo de controles de seguridad y sanitario que hacen de esta labor una de las que generan mayor riesgo para la comunidad.

Los mayores inconvenientes presentados por parte de estos indígenas, está en enfermedades respiratorias. Se presume que son generadas por la calidad del aire que respiran mientras realizan su labor, lo anterior teniendo en cuenta que los compresores usados no son los indicados para este trabajo, el mantenimiento y limpieza de los mismos no es óptimo y por supuesto el tipo y forma de buceo artesanal el cual no emplea elementos de seguridad tales como reguladores, carretas si no en cambio utilizan mangueras de las cuales toman directamente el aire que respiran. (Recoif, 2015)

Existen una gran variedad de enfermedades tales como enfermedad de descompresión o embolia, narcosis de nitrógeno, entre otras que se relacionan con el buceo en mar, sin embargo el tema de buceo en ríos a profundidades menores a seis metros no está estudiado a fondo por lo que sus efectos en la salud no son científicamente comprobados. (Marqués, R. et al. 2012).

Ámbito político.

Teniendo en cuenta que la región del río Atabapo está en zona de frontera con la hermana República de Venezuela, los principales aspectos políticos influyentes en la problemática de la minería criminal estarían relacionados con conflictos fronterizos.

Durante la historia de Colombia y Venezuela, los conflictos limítrofes han ocurrido y han estado desde la misma separación de los países en el año de 1833. Con estos conflictos de intereses tanto terrestres como marítimos, han salido acuerdos y tratados que han permitido definir los límites de los dos países. Tenemos el caso de tratados tales como el laudo español, del 16 de marzo de 1892; el arbitraje suizo, del 24 de marzo de 1892; y el Tratado López de Mesa-Gil Borges, del 5 de abril de 1941. Lo anterior sin mencionar el sinnúmero de acuerdos y pactos de amistad y no agresión entre los dos países en cabeza de los diferentes gobiernos de turno (Buendía, 2016).

En el área del Atabapo entre Colombia y Venezuela existe actualmente vigente el tratado sobre arbitramento “juris” entre los Estados unidos de

Colombia y los Estados Unidos de Venezuela firmado el 14 de septiembre de 1881. Posterior a las aprobaciones por cada uno de los gobiernos, se tiene que el río Atabapo hace parte de la frontera entre los dos países por un espacio aproximado de 36 km.

Desde el raudal de Maipures por la vaguada del Orinoco hasta su confluencia con el Guaviare, por el curso de este hasta la confluencia del Atabapo, por el Atabapo aguas arriba hasta 36 km al norte del pueblo de Yavita, trazando una recta que vaya a parar sobre el río Guainía, treinta y seis kilómetros al norte del pueblo de Yabita, trazando desde allí una recta que vaya a parar sobre el río Guainía, treinta y seis kilómetros al occidente del pueblo de Pimichin y por el cauce del Guainía que más adelante toma el nombre de río Negro, hasta la piedra del Cocoy.

Es así como Colombia debe velar por el cumplimiento de estos tratados de tal forma que se garantice la soberanía de la nación sin afectar los intereses de Venezuela. Existe además tratado sobre demarcación de fronteras y navegación de los ríos comunes entre los gobiernos de Colombia y los Estados Unidos de Venezuela, de 1942. Este tratado en su artículo II enuncia la voluntad de los dos países de reconocer recíprocamente y a perpetuidad el derecho de los dos países de efectuar navegaciones en forma libre por los ríos que atraviesen o separen los dos países (ley 3, 1882).

Haciendo énfasis en la necesidad de reglamentar en iguales condiciones aspectos tales como los fiscales, aduaneros y sanitarios en beneficio de la manutención del comercio de los dos países. Sin embargo pone a consideración el derecho de navegación a aquellas embarcaciones que transiten dentro de puertos del mismo país, en donde cada país regulara y controlara de la mejor forma el tránsito de los mismos. (Chávez, 2015)

De otro lado está la convención de Ramsar, este es un acuerdo internacional firmado el 18 de enero del año 1971, y obedece su nombre a la ciudad Iraní donde fue firmada. Esta convención entro en vigor el 21 de diciembre de 1975. Tiene como objetivo fundamental proteger, conservar y hacer uso racional de los humeda-

les y las fuentes de agua, recursos hídricos mediante acciones a nivel local, regional y nacional, soportado en la cooperación internacional buscando contribuir al desarrollo sostenible a nivel mundial (Rodríguez, 2004).

Colombia como parte de la convención, tiene inscritos seis sitios Ramsar, los cuales se compromete ante la comunidad internacional de proteger y conservar las características ecológicas de tal forma que sean sostenibles en el tiempo y garanticen de una u otra forma el abastecimiento de agua y la continuidad en los ecosistemas propios de cada sitio. En el mes de julio del año 2014, Colombia designo el sexto sitio Ramsar de importancia internacional en el territorio nacional. Este sitio está compuesto por el complejo de Humedales de la Estrella Fluvial Inírida ubicada en el Departamento de Guainía (Forero Páez, J. et al. 2016).

Esta zona es conocida como la estrella fluvial de Inirida en el área transicional del Orinoco y el Amazonas y está compuesta por las zonas de confluencia de los ríos Inírida-Guaviare, Guaviare-Atabapo y Guaviare-Ventuari, que se unen al río Orinoco. Esta zona es de importancia ecológica debido a que los bosques inundables pertenecen al bioma amazónico y los diferentes ecosistemas hidrológicos de aguas blancas, negras y transparentes son características del río Orinoco. Esta zona alberga 476 especies de peces (50% de las especies para la cuenca del Orinoco y 34% de las especies del país), 200 especies de mamíferos, 903 de plantas y 324 de aves (Laso, C. et al. 2010).

Durante el proceso de investigación se estableció que los pobladores del lado colombiano se ceden como venezolanos para hacer uso de beneficios que brinda este país especialmente atención médica y odontológica en Venezuela. Igualmente, acceso a beneficios como mercados y demás ofrecidos por el gobierno para los nacionales venezolanos. Todo esto puede estar relacionado con el descuido del estado colombiano, pero este fenómeno podría ocasionar efectos negativos para la soberanía del país (Recoif, 2015).

Lo anterior cobra importancia frente al tema de fronteras vivas. El fenómeno de fronteras

vivas, ha sido desarrollado en forma activa en Suramérica por parte de Brasil, quien dentro de sus políticas internas establece que Brasil es estado donde existan nacionales, que no hay límites terrestres sino nacionales haciendo énfasis entre otros aspectos en que en este país no existe variedad ni pluralidad racial, solo existen Brasileños.

Este fenómeno ha sido desarrollado en áreas de la amazonia en donde Brasil ha ganado territorio a lo largo de la historia en sus inicios con la evangelización en zonas selváticas y con poco control estatal y se soporta por la necesidad de este en buscar salida al pacífico al que consideran los brasileños como el futuro del mundo, a tal punto que Brasil ha firmado acuerdos con el gobierno de Ecuador buscando unir la cuenca del río Amazonas con el río Mira y por medio de un puente terrestre lograr la salida al Pacífico sin darle la vuelta al continente por el estrecho de Magallanes o por Panamá. (Chávez, 2015).

Esto es un riesgo latente en la frontera del Atabapo en donde la comunidad claramente está del lado donde obtenga mayores beneficios y en el caso de Colombia se observa un espacio vacío por parte del estado. La presencia de los diferentes entes gubernamentales en el área es limitada y en muchos casos nula. Aspectos tales como salud, educación, carreteras hacen de esta zona del país una zona vulnerable al fenómeno de fronteras humanas.

Parte del riesgo que se evidencia es la posición del estado fronterizo y que se soporta en el artículo 14 de la constitución política venezolana que enuncia “La ley establecerá un régimen jurídico especial para aquellos territorios que por libre determinación de sus habitantes y con aceptación de la Asamblea Nacional, se incorporen al de la República” (Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, 1999).

Ámbito militar.

Actualmente en área del río Atabapo y en general en esta parte de la frontera se encuentran grupos al margen de la ley que se ubican estratégicamente en la frontera Colombo-Venezolana con el objetivo de consolidar corredores tácticos

de movilidad los cuales les permiten realizar de forma oportuna la extracción de cocaína medio y método de finanzas y adquisición de materiales de guerra, además del traslado de hombres de la parte Colombiana desde Caño Rayado a Caño Negro frontera con Brasil.

Otro corredor utilizado por estos grupos corresponde a la parte nororiente los municipios de Puerto Inírida (Guainía) y Puerto Carreño (Vichada) por la ladera del río Orinoco y sus corregimientos aledaños, a la parte suroriente desde San Felipe hasta Puerto Colombia por el río Negro y por la parte Venezolana desde el estado de Amazonas poblaciones de Puerto Ayacucho, y las comunidades indígenas que conforman ese estado, entre las cuales una de las más importantes es la comunidad indígena de Yavita lugar donde llegan todas las embarcaciones procedentes de Puerto Ayacucho y de Puerto Inírida, además el área del Estado Bolívar.

Los grupos en mención basan el 70% de sus finanzas en la minería ilegal (extracción Oro y Tungsteno) mediante el cobro del mal llamado impuesto a la minería, al personal de mineros artesanales de la minas, el objetivo de realizar explotación ellos mismos además por el uso de las pistas, lo cual cobran 30 millones de pesos por vuelo salido (Recoif, 2015).

Otra situación es la afectación de la soberanía y la navegabilidad del río por cambios en el fondo y variación del curso del mismo por dragado. Durante el proceso de la minería ilegal-criminal, se evidencia la afectación directa del fondo del río por la forma de extracción de la arena como principal insumo dentro de la cadena de explotación del río. Se estima que por cada balsa instalada se extraen entre 1.5 y dos toneladas de arena, las cuales son tomadas del fondo del río.

Este es un factor que cobra relevancia teniendo en cuenta que el río en la zona de la frontera es navegable, y a largo plazo el desarrollo continuado de esta actividad afectara en forma significativa no solo el lecho del río sino que también será directamente proporcional la afectación de la soberanía de los países limítrofes. (Recoif, 2015)

Propuestas de solución

Luego del análisis efectuado se determinaron los siguientes aspectos en los cuales se consi-

dera que debe existir una acción inmediata y controlada por parte de los diferentes entes del estado así:

Tabla 2: Aspectos que demandan acción inmediata

Aspecto	Problema	Propuesta de solución
Económico	• Pérdida de regalías • Cambio del sistema económico en el área • Falta información • Ausencia de entes de control fiscal y aduanero	• Fortalecer los controles de los recursos generados por la minería en el Departamento del Guainía. • Bancarización de la zona. • Censo de las áreas donde se está desarrollando tanto la minería legal como la minería ilegal.
Social	• Ausencia de hospitales • Explotación laboral • Ausencia de escuelas • Contaminación	• Construir o instalar los centros hospitalarios suficientes. • Plan con el propósito de garantizar en primera instancia los derechos de los menores. • Creación de nuevas escuelas. • Elaboran un plan de control de calidad de agua.
Político	• Riesgo fronteras vivas. • Cambio curso del río.	• Censar, ceder y registrar a todas las comunidades en el área del río. • mantener la soberanía y garantizar la navegación segura.
Militar	• Desconocimiento del río en su cartografía. • Ausencia de puestos destacados a lo largo del río • Ausencia de policía ambiental y aduanera.	• Plan de levantamiento hidrográfico a lo largo del río Atabapo. • Instalar los puestos militares a lo largo del río y de la frontera • Enviar al área del río Atabapo un grupo policial de las especialidades medio ambiente y de aduana.

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

En conclusión el país existe la necesidad imperiosa de actualizar y generar normatividad respecto al desarrollo y explotación de la minería. El código minero vigente carece de legislación dada la evolución de medios y métodos de explotación minera en las diferentes zonas del país. Así mismo, esto genera que los diferentes entes del estado encargados de velar por la protección de los recursos no cuenten con las herramientas y los criterios suficientemente bien definidos para desarrollar su trabajo.

El desarrollo de la actividad minera se genera en su gran mayoría en zonas de alta riqueza

ecológica donde la presencia del estado es mínima. La afectación a nivel ecológico y ambiental se facilita por la ausencia en general del estado. Estas zonas, incluso muchas de ellas que son de reserva natural requieren atención y presencia debido a que en muchos casos son fuente de suministro hídrico para las diferentes poblaciones cercanas y aledañas a estas.

El área del río Atabapo genera un alto riesgo a nivel geopolítico. Esta zona rica en recursos naturales, con una población predominante indígena, y sirviendo como frontera entre Colombia y Venezuela hacen que se generen problemas

potenciales de alto impacto para el estado. Lo anterior a que estos recursos están siendo afectados por la mano del hombre, contaminando las fuentes hídricas con el vertimiento de elementos químicos en estos haciendo que se reduzca la producción de pesca en el río, que las poblaciones y grupos indígenas de la zona consuman agua contaminada con elementos tales como cianuro y mercurio los cuales traen consecuencias en la salud a mediano plazo, y consecuencias graves para las próximas generaciones.

La ausencia del estado es aspectos tales como salud y educación, han abierto la oportunidad a que Venezuela desarrolle un proceso de socialización de las diferentes comunidades de la zona del río. Esto se evidencio en la cedulaación de estos grupos indígenas y la carnetización de los mismos permitiendo el acceso de estos a la educación y atención medica que el estado Colombiano no les garantiza en el área. Esto esta generando efectos directos en la soberanía bajo el precepto de fronteras vivas, en donde un estado ejerce soberanía no por los límites territoriales sino por los lugares en donde existen nacionales.

Colombia requiere tomar consciencia de la importancia de la minería en el país como fuente de riqueza y de recursos económicos significativos. Aunque se tiene información de un aproximado de las ganancias generadas por los

grupos al margen de la ley que dominan la actividad en el área, no se cuentan con las estadísticas confiables que permitan desarrollar ejercicios de planeamiento a nivel estado, no existe un censo en tiempo real de los diferentes sitios de explotación a lo largo y ancho del territorio en parte por la ausencia de entes del estado que efectúen un control de los mismos.

El impacto de la minería en la cultura indígena ha sido alto. Estos grupos han cambiado su forma de vida, sus costumbres y tradiciones para adaptarse a unas que les han sido impuestas por parte de los colonos que han llegado al área a desarrollar la minería. Es así donde se ve la necesidad que el estado intervenga en forma directa con el propósito de garantizar la integridad y continuidad de estos grupos y desarrolle un plan para la explotación responsable de la minería en el área en donde los recursos generados tengan y generen un impacto directo en las comunidades de la zona.

Un punto sensible es la afectación del río por parte de estos grupos ya que la modificación del lecho de estos mediante el movimiento de arena podría generar modificación en el curso del mismo. Es prioridad del estado prestar atención teniendo en cuenta que este río es frontera reconocida y soportada ante la comunidad internacional por los tratados firmados por los dos países, y el cambio del curso del río afectara la soberanía de los dos países.

Referencias bibliográficas

- Arango, R. Sánchez, E. (2004). Los pueblos Indígenas de Colombia en el umbral del nuevo milenio. Departamento Nacional de Planeación, DNP, Dirección de Desarrollo Territorial Sostenible. Bogotá.
- Buendía, R. (2009). El problema fronterizo con Venezuela. Periódico el Turbión. Tomado de; <http://elturbion.com/?p=1036>. Recuperado 27-10-2015.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999, 30 de diciembre). Gaceta Oficial de la República, N° 36.860.
- Contribución a la construcción de un plan estratégico regional para la reducción del uso de mercurio en la minería aurífera artesanal y de pequeña escala. Ministerio del Medio Ambiente. (2012). Tomado de: https://www.minambiente.gov.co/images/AsuntosambientalesySectorialyUrbana/pdf/mercurio/Sinopsis_Nacional_de_la_ASGM.pdf. Recuperado el 23 -08-2015.

- Colparques (2015). Río Atabapo. Tomado de: <http://www.colparques.net/ATABAPO>. Recuperado 13-08-2015.
- Forero Páez, J. C., Granados Acosta, O. L., & Mora Liscano, W. (2016). La estrella fluvial del Inírida sitio Ramsar como alternativa pedagógica para fortalecer la educación ambiental de la IE custodio García Rovira de Inírida Guainía.
- Gómez, J. (2007). Régimen legal de los cursos de aguas internacionales. Afese 42. Tomado de: <http://www.afese.com/img/revistas/revista42/regimen.pdf>. Recuperado 13-08-2015.
- Gómez, L. (2012). Minería ilegal desde el siglo XVI. contrapunto.com. tomado de: <http://contrapunto.co/index.php?module=nota&i=19-mineria-ilegal-desde-el-siglo>. Recuperado 16-08-2015.
- Chávez, L. (2015). Minería criminal en el Río Atabapo. Entrevistado por T. C. Gualteros)
- Lasso, C. A., J. S. Usma, F. Trujillo y A. Rial (Editores). 2010. Biodiversidad de la cuenca del Orinoco: bases científicas para la identificación de áreas prioritarias para la conservación y uso sostenible de la biodiversidad. Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt, WWF Colombia, Fundación Omacha, Fundación la Salle e Instituto de Estudios de la Orinoquia (Universidad Nacional de Colombia). Bogotá, D. C., Colombia. 609 pp.
- Ley 3 de 1882. Tratado sobre arbitramento Juris entre los Estados Unidos de Colombia y los Estados Unidos de Venezuela. Gobierno Colombia y Venezuela. 14 de Septiembre de 1881.
- Marqués, R., Kovacs, M., de Lourdes de Azevedo Barbosa, M., Siqueira, G., & Aguiar, E. (2012). Riesgos percibidos en la práctica del buceo scuba: La perspectiva del consumidor. Estudios y perspectivas en turismo, 21(2), 402-416.
- OMS. (2013). Organización Mundial de la Salud. 1 de Septiembre. Tomado de: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs361/es/>. Recuperado 25-10-2015.
- Presidencia de la Republica. (2015). Presidencia de la Republica. Tomado de: http://wp.presidencia.gov.co/Noticias/2015/Julio/Paginas/20150730_02-Gobierno-declara-objetivo-prioritario-de-alto-valor-la-mineria-criminal.aspx. Recuperado 15-10-2015.
- Ramírez, A. (2010). Toxicidad del cianuro: investigación bibliográfica de sus efectos en animales y el hombre. Anales de la facultad de medicina, Lima Perú, 63.
- Rodríguez, I. (2004). La convención de Ramsar y las aves acuáticas en el neotrópico. Ornitología neotropical, 15, 445-454.
- Recoif, f. (15 de Agosto de 2015). Actividades en el río Atabapo. (T. C. Fonseca, Entrevistador)
- Vargas B, M., & Quiroz P, C. (2009). Alteraciones neuropsicológicas en escolares de un municipio con niveles elevados de vapor de mercurio medioambiental. Facultad nacional de salud pública Uni Antioquia, 461-468.

Percepción de los estudiantes de la Universidad Libre frente al fenómeno del embarazo en adolescentes de la ciudad de Cartagena

Rosario Cuadrado Álvarez¹
Leydis Patricia Santana Díaz²
Massiel Miranda Dávila³

Resumen

El embarazo en adolescentes es un fenómeno que aqueja a la sociedad de los países del tercer mundo, Colombia hace parte de dichos países por lo cual afronta esa problemática. Autoridades tales como la secretaria de interior y de cultura de Cartagena se han dado cuenta de la necesidad de afrontar dicho problema y la academia ha demostrado su preocupación a través de diversas investigaciones, algunas de las cuales se tratarán en el presente documento, algunas vistas desde la medicina otras desde lo social, pero todas intentan encontrar las causas del embarazo en los adolescentes y proponer soluciones.

Palabras Claves

Adolescencia, embarazo, fenómeno, madres solteras, acompañamiento familiar

Abstract

Pregnancy in adolescents is a phenomenon that afflicts the society of third world countries, Colombia is part of these countries and therefore faces this problem. Authorities such as the secretary of interior and culture of Cartagena have realized the need to address this problem and the academy has shown its concern through various investigations, some of which will be discussed in this document, some views from other medicine from the social, but all try to find the causes of pregnancy in adolescents and propose solutions.

Keywords

Adolescence, pregnancy, phenomenon, single mothers, family support

Fecha de recepción: 5 de Septiembre de 2019, Fecha de evaluación: 17 de Septiembre de 2019, Fecha de aceptación: 14 Octubre de 2019

1. Administradora de Empresas, Especialista en Desarrollo Humano Organizacional, Magister en Desarrollo Humano Organizacional, PhD(c) en Ciencias Sociales Mención Gerencia. Docente de la Universidad Libre Cartagena Correo electronico: rosario.cuadrado@unilibrectg.edu.co.

2. Estudiante de 10 semestre de administración de la Universidad Libre Cartagena. Correo electronico: Leydis_santana@unilibrectg.edu.co

3. Psicóloga de la Escuela de Formación de Infantería de Marina. Docente Investigadora.

Introducción

La sociedad actual afronta diversos problemas que están afectando seriamente a los jóvenes, las drogas, el alcoholismo, los embarazos entre otros han llevado a nuestros jóvenes a ser catalogados como en situación de riesgo. Los entes gubernamentales vienen adelantando campañas que buscan educar a los jóvenes para evitar que los mismos sean arrastrados por dichos problemas. Se puede decir que el embarazo es uno de los temas más alarmantes, ya que las cifras indican que la sociedad se allá frente a un problema de salud pública, en la ciudad de Cartagena de Indias la cifras vienen en descenso desde 2007 con 4,684 pasos a 3,643 en 2016, aun las cifras son alarmantes y es de suma importancia el desarrollo de estrategias por parte del distrito más exactamente por la secretaria de interior, para reducir este problema de salud pública. La presente investigación busca analizar desde la perspectiva de los estudiantes de administración de empresas de la Universidad, cuáles son los factores con mayor incidencia para que se del embarazo en adolescentes.

Aspectos conceptuales

Para afrontar el eje de la investigación es necesario citar algunos conceptos que facilitaran la comprensión y amplitud del estudio a desarrollar.

Adolescencia

García y Rodríguez (2014) afirman que

La adolescencia comienza en la biología y termina en la cultura, en algunas culturas comienza de los 12 o 13 años y termina finalizando los 19 o comenzando los 20. Por una parte, los procesos de la maduración dan lugar a una rápida aceleración del crecimiento físico, al cambio de las dimensiones del cuerpo, a modificaciones hormona-

les y a unos impulsos sexuales más fuertes, al desarrollo de las características sexuales primarias y secundarias, así como a un nuevo crecimiento y diferenciación de las capacidades cognitivas. Estos desarrollos biológicos y la necesidad en que se ve el individuo de adaptarse a los mismos dan a la adolescencia algunas características universales y la separan de períodos anteriores al desarrollo.

Escobar y Muñoz (1995) citados por Merino y Rosales (2011) indican que

La adolescencia es un período de transición entre la niñez y la adultez. Su definición no es fácil, puesto que “su caracterización depende de una serie de variables: ubicación ecológica (referidos al medio ambiente natural), estrato socioeconómico, origen étnico y período de la adolescencia, entre otros.”

Rodríguez (2013) asegura

La adolescencia es un período en el desarrollo biológico, psicológico, sexual, y social, inmediatamente posterior a la niñez y que comienza con la pubertad”. Su rango de duración varía según las diferentes fuentes y opiniones médicas, científicas y psicológicas, pero generalmente se enmarca su inicio entre los 10 a 12 años, y su finalización a los 19

Dice que la adolescencia es un período de transición o una etapa del ciclo de crecimiento que marca el final de la niñez y anuncia la adultez. Menacho (2005)

Blandón (2000), menciona que

La adolescencia abarca 3 etapas la cuales cumplen un periodo de tiempo desde los 10 a 13, lo cual denomina como adolescencia temprana, la adolescencia media que se encuentra comprendi-

da entre los años 14 a 16 años y finalmente la adolescencia tardía que abarca tres años comprendidos entre los 17 y 19 años.

Por su parte Echeverry y Grajales (2005) señalan que

Las etapas de la adolescencia se deben observar desde los factores biológicos, psicológicos e intelectuales. Además, indica que la adolescencia Temprana (10 a 13 años), Biológicamente, es el periodo peripuberal, con grandes cambios corporales y funcionales como la menarca. Psicológicamente el adolescente comienza a perder interés por los padres e inicia amistades básicamente con individuos del mismo sexo. Intelectualmente aumentan sus habilidades cognitivas y sus fantasías; no controla sus impulsos y se plantea metas vocacionales irreales.

Adolescencia media (14 a 16 años), es la adolescencia propiamente dicha; cuando ha completado prácticamente su crecimiento y desarrollo somático. Psicológicamente es el período de máxima relación con sus pares, compartiendo valores propios y conflictos con sus padres. Para muchos, es la edad promedio de inicio de experiencia y actividad sexual; se sienten invulnerables y asumen conductas omnipotentes casi siempre generadoras de riesgo. Muy preocupados por apariencia física, pretenden poseer un cuerpo más atractivo y se manifiestan fascinados con la moda.

Adolescencia tardía (17 a 19 años), casi no se presentan cambios físicos y aceptan su imagen corporal; se acercan nuevamente a sus padres y sus valores presentan una perspectiva más adulta; adquieren mayor importancia las relaciones íntimas y el gru-

po de pares va perdiendo jerarquía; desarrollan su propio sistema de valores con metas vocacionales reales. Es importante conocer las características de estas etapas de la adolescencia, por las que todos pasan con sus variaciones individuales y culturales, para interpretar actitudes y comprender a los adolescentes especialmente durante un embarazo sabiendo que: “una adolescente que se embaraza se comportará como corresponde al momento de la vida que está transitando, sin madurar a etapas posteriores por el simple hecho de estar embarazada; son adolescentes embarazadas y no embarazadas muy jóvenes”.

Embarazo

Rodríguez (2013) indica que

Es el período que transcurre entre la implantación en el útero del cigoto, el momento del parto en cuanto a los significativos cambios fisiológicos, metabólicos e incluso morfológicos que se producen en la mujer encaminados a proteger, nutrir y permitir el desarrollo del feto.

Embarazo adolescente

Echeverry y Grajales (2005) asegura que

Ocurre dentro de los dos años de edad ginecológica, entendiéndose por tal al tiempo transcurrido desde la menarca, y/o cuando la adolescente es aún dependiente de su núcleo familiar de origen”. Los adolescentes tienen pensamientos y actitudes frente al embarazo, en los cuales se demuestra una baja percepción de la gravedad del evento, no observan daños potenciales para la salud, pero si muestran mayores preocupaciones de lo económico y la falta del apoyo parental. Algunos registran ganancias afec-

tivas con el embarazo en la adolescencia, así como obtener compañía, mayor libertad, madurez y responsabilidad. Los adolescentes relatan del momento “ideal” para un embarazo, como el momento en que pueden tener estabilidad económica y no parece ser tan importante, sentirse preparado o desear el embarazo.

Barrozo y Pressiani (2011), aseguran que

El embarazo adolescente hace referencia a toda gestación que ocurre durante la adolescencia y comprende las mujeres de hasta 19 años, es decir, todo embarazo que ocurre dentro del tiempo transcurrido desde la menarca, y/o cuando la adolescente es aun dependiente de su núcleo familiar de origen. Las adolescentes que se embarazan, más que cualquier otra adolescente, necesitan apoyo, comprensión y ayuda, ya que está más sensible, insegura y desvalorizada que cualquier otra mujer y con mayor razón para una adolescente, que no se convierte en adulto por el hecho de ser madre. Para comprender como vive el embarazo una adolescente, se debe tener en cuenta que los cambios psicológicos, estarán condicionados por su historia de vida, por la relación con el progenitor de su hijo, por la situación con su familia, por su edad y especialmente por su madurez personal.

(Díaz., et al 2013), concluyen es su investigación

La prevalencia de adolescentes masculinos que han tenido experiencia de embarazos en sus parejas es muy similar a la de las mujeres. La asociación entre los factores predisponentes y el embarazo en adolescentes escolarizados no fue significativa estadísticamente. La edad en que más predomina el embarazo es a los 15 años; el

nivel socioeconómico donde se presentaron más embarazos fue en estratos 1 y 2. La disfuncionalidad y funcionalidad familiar muestran datos parecidos con relación a la población que ha vivido una situación de embarazo. Los medios que les ofrecen mayor información a los adolescentes son las charlas educativas y la internet, siendo el embarazo y los métodos anticonceptivos temas de mayor interés. La mayoría de los sexualmente activos usan condón, sin embargo un porcentaje no se protege, siendo esto un riesgo para el embarazo no planificado y la propagación de enfermedades de transmisión sexual.

Metodología

Tipo de investigación

El tipo de investigación es descriptivo y exploratorio, se busca describir los aspectos que caracterizan el fenómeno de la adolescencia, reconociendo el mismo como un problema de salud pública. A demás de establecer un primer acercamiento al fenómeno de estudio.

Enfoque de la investigación

Enfoque de la investigación es mixto, se busca recopilar datos tanto cuantitativos como cualitativos, estos últimos nos permitirán observar diversas perspectivas.

Población

La población de estudio son los estudiantes de administración de empresas de la Universidad, cuyo número asciende a 384 estudiantes matriculados.

Muestra

El muestreo de la presente investigación se basa en los siguientes datos y se calcula con los siguientes formula.

N= 384
 NC= 90%
 Z= 1,64
 P= 0,5
 E= 0,05

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p(1-p)}{E^2(N-1) + Z^2 \cdot p(1-p)} = \frac{(384) \cdot (1.64)^2 (0.5)(1-0.5)}{(0.05)^2 (384-1) + (1.64)^2 (0.5)(1-0.5)} = 117$$

Fuentes de datos

Secundarias

Estudios de pregrado y maestría, que responden a los nombres

- Trabajo de Campo: Embarazo en Adolescentes Incidencia Prevención y Control
- Embarazo adolescente entre 12 y 19 años
- Características psicosociales de las madres adolescentes en tres instituciones de salud de Manizales durante febrero a julio de 2003

Primarias

Estudiantes adolescentes de administración la facultad de ciencia económicas administrabas y contables de la Universidad.

Variables del estudio

Tabla 1. Mapa de variables

VARIABLE
Nivel de educación
Núcleo familiar primario
Ocupación
Farmacodependencia
Nivel socioeconómico

Fuente: Elaboración propia a partir de Echeverry y Grajales (2005)

Las variables empleadas en este estudio derivan de mapa de variables propuesto en la investiga-

ción denominada “Características psicosociales de las madres adolescentes en tres instituciones de salud de Manizales durante febrero a julio de 2003.”, realizada por Echeverry y Grajales (2005)

Escala de medición

Malave (2007) afirma que

La escala Likert es un tipo de instrumento de medición o de recolección de datos que se dispone en la investigación social para medir actitudes. Consiste en un conjunto de ítems bajo la forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se solicita la reacción (favorable o desfavorable, positiva o negativa) de los individuos.

Es una escala fijada estructuralmente por dos extremos recorriendo un continuo desde favorable hasta desfavorable con un punto medio neutral para cada afirmación (Likert, 1932 citado por Casas, 1999)

Alternativas o Puntos Tipo Likert

Dentro de los aspectos constitutivos de la escala tipo likert, es importante resaltar las alternativas o puntos, que corresponden a las opciones de respuesta de acuerdo al instrumento seleccionado. A continuación, las alternativas y valores más usados:

Alternativa A

- Muy de Acuerdo.
- De Acuerdo.
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Muy en desacuerdo.

Alternativa B

- Totalmente de Acuerdo.
- De Acuerdo.

- Neutral.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

Alternativa C

- Definitivamente sí.
- Probablemente sí.
- Indeciso.
- Probablemente no.
- Definitivamente no.

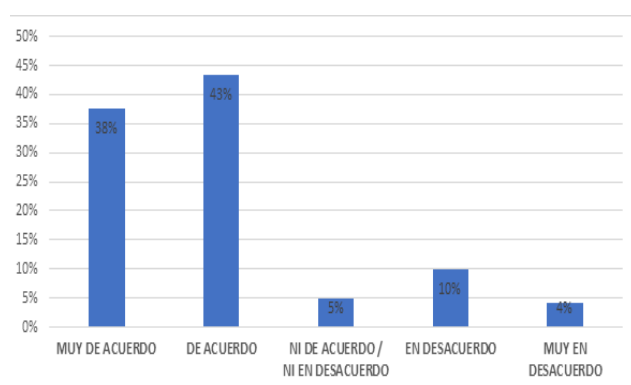
Alternativa D

- Completamente verdadero.
- Verdadero.
- Ni falso ni verdadero.
- Falso.
- Completamente falso.

Técnicas y procedimientos de recolección de la información

Se diseñó una encuesta con la cual se evalúan las variables de orden cuantitativo y como complemento a lo anterior un último ítem permite recopilar las observaciones puntuales de la muestra objeto de estudio.

Resultados

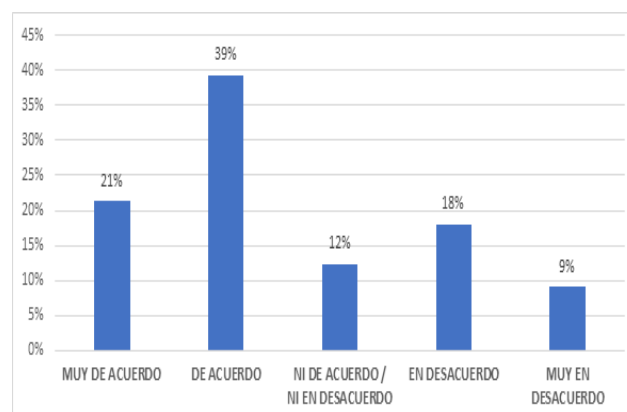


Gráfica 1. ¿Considera que el nivel de educación de los adolescentes es un aspecto determinante para evitar que el embarazo de adolescentes se presente?

Fuente: Elaboración propia

Los resultados a la anterior pregunta son – 38% muy de acuerdo, 43% de acuerdo, 5% ni de acuerdo/ni en desacuerdo, 10% en desacuerdo, 4% muy en desacuerdo: Se observa que los estu-

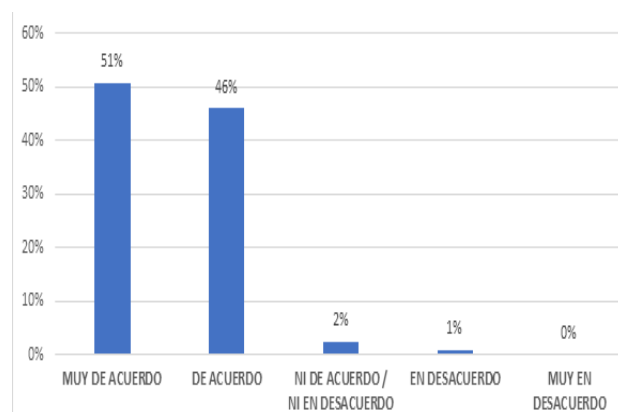
diantes consideran que el nivel educación es relevante para evitar los embarazos en adolescentes.



Gráfica 2. ¿Considera que el nivel de educación de los padres es un aspecto determinante para evitar que el embarazo de adolescentes se presente?

Fuente: Elaboración propia

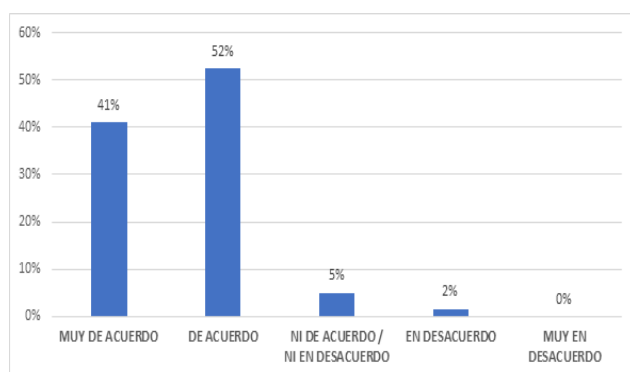
Los resultados a la anterior pregunta son – 21% muy de acuerdo, 39% de acuerdo, 12% ni de acuerdo/ni en desacuerdo, 18% en desacuerdo, 9% muy en desacuerdo: La educación de los padres es observada con un elemento fundamental para la guía sexual de los adolescentes.



Gráfica 3. ¿Considera que es fundamental el apoyo del núcleo familiar para guiar en temas de sexualidad a sus hijos adolescentes?

Fuente: Elaboración propia

Los resultados a la anterior pregunta son – 51% muy de acuerdo, 46% de acuerdo, 2% ni de acuerdo/ni en desacuerdo, 1% en desacuerdo, 0% muy en desacuerdo: El apoyo del núcleo familiar es importante en el proceso de crecimiento de los adolescentes en materia de relaciones sexuales.



Gráfica 4. ¿Considera que el nivel socioeconómico esta asociado a los casos de embarazo en adolescentes?

Fuente: Elaboración propia

Los resultados a la anterior pregunta son – 41% muy de acuerdo, 52% de acuerdo, 5% ni de acuer-

do/ni en desacuerdo, 2% en desacuerdo, 0% muy en desacuerdo: El nivel socioeconómico guarda gran relación con los casos de embarazos en adolescentes

Conclusiones

Es claro que aspectos como la educación, el nivel socioeconómico, el consumo de sustancia psicoactivas, son causantes de que el embarazo en adolescentes sea un mal que agobia a los jóvenes. Es necesaria el acompañamiento por parte de los padres de familia, antes de embarazo y mucho más después, la colaboración, afectiva, emocional, psicología y económica, para mejor la situación de los adolescentes.

Referencia bibliográficas

- Barrozo y Pressiani (2011). Embarazo adolescente entre 12 y 19 años. Consultado el 3 de octubre de 2017. Disponible en: http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5989/barrozo-mariela.pdf
- Echeverry y Grajales (2005). Características psicosociales de las madres adolescentes en tres instituciones de salud de Manizales durante febrero a julio de 2003. Consultado el 4 de octubre de 2017. Disponible en: <http://telesalud.ucaldas.edu.co/telesalud/Sitio%20Web%20ObGyn/Proyecto%20Investigacion%20madre%20adolescente.htm>
- García y Rodríguez (2014). Trabajo de Campo: Embarazo en Adolescentes Incidencia Prevención y Control. Consultado el 4 de octubre de 2017. Disponible en: <http://stadium.unad.edu.co/preview/UNAD.php?url=/bitstream/10596/2619/1/17413684.pdf>
- Briones, G. (1995). Métodos y Técnicas de Investigación para las Ciencias Sociales, 2ª. reimp., Ed. Trillas, México.
- Issler (2001). Embarazo en la adolescencia. Revista de Postgrado de la Cátedra VIa Medicina 2001. N° 107 - Agosto Página: 11-23
- Merino y Rosales (2011). Factores que influyen en el embarazo de las adolescentes inscritas en el programa de atención materna de unidad de salud altavista, enero a junio de 2010. Consultado el 9 de octubre de 2017. Disponible en: <http://ri.ues.edu.sv/11358/1/Factores%20que%20influyen%20en%20embarazo%20adolescentes%20enero%202011.doc>
- Rodríguez (2013). “Incidencia del embarazo en la adolescencia en mujeres de 12 a 18 años en maternidad mariana de Jesús” de septiembre 2012 a febrero del 2013. Consultado el 9 de octubre de 2017. Disponible en: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1978/1/TESIS%20VIVIANA%20RODRIGUEZ%20AQUINO.pdf>

Calidad en la educación universitaria, desde el programa de ingeniería de sistemas: una visión cualitativa de la educación superior

René Ramírez-Fernández¹

Jhorquis Machado-Licona²

Oscar Eduardo Fernández-Ramírez³

Resumen

El presente documento divulga los resultados de la investigación “calidad en la educación universitaria, percepción de los estudiantes de la facultad de ingeniería” realizada en el programa de ingeniería de sistemas de una Universidad de la Ciudad de Cartagena; el objetivo de dicha investigación es analizar como los estudiantes del programa de ingeniería de sistemas observan la calidad de educación impartida en la Universidad; para el estudio se seleccionaron cuatro variables, currículo, formación docente, soporte administrativo e infraestructura, las cuales fueron evaluadas por los alumnos de segundo a decimo semestre; el método implementado es deductivo-inductivo y el enfoque es cualitativo. Dentro de los principales resultados, se pudo observar que las unidades de análisis, actualidad del currículo, tutorías y refuerzos, adecuación de las aulas y espacios de socialización, son lo que demandan mayor trabajo por parte de la Universidad.

Palabras Claves

Calidad, educación universitaria, currículo, infraestructura, academia

Abstract

This document disseminates the results of the research “quality in university education, perception of students of the faculty of engineering” carried out in the system engineering program of a University of the City of Cartagena; the objective of this research is to analyze how the students of the systems engineering program observe the quality of education taught at the University; four variables, curriculum, teacher training, administrative support and infrastructure were selected for the study, which were evaluated by students from second to tenth semester; the implemented method is deductive-inductive and the approach is qualitative. Among the main results, it was observed that the units of analysis, current curriculum, tutoring and reinforcements, adequacy of the classrooms and socialization spaces, are what demand the most work by the University.

Keywords

Quality, university education, curriculum, infrastructure, academy

Fecha de recepción: 11 de Junio de 2019, Fecha de evaluación: 17 de Julio de 2019, Fecha de aceptación: 14 de septiembre de 2019

1. Especialista en inteligencia artificial y sistemas expertos, Magister en educación. Director de autoevaluación en la corporación Universitaria Americana. Correo electrónico: ciber.ramirez@gmail.com. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9452-7580>

2. Administrador de empresas de la Universidad Libre. Integrante del grupo de investigación Ciencia Libre, Correo electrónico: jhorquis_machado@unilibrectg.edu.co. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6987-7658>

3. Administrador de empresas, Especialista en Alta Gerencia, Capitan de la Infantería de Marina, Director de investigaciones de la escuela de formación de Infantería de Marina Correo electrónico: oscar.fernandez@armada.mil.co. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8673-5483>

Introducción

El papel que desempeña la Universidad dentro de la sociedad es relevante ya que esta es garante de la formación del capital humano que hará frente a la demanda laboral futura en los distintos ámbitos; formar profesionales con visión, con capacidad crítica y capaces de afrontar diversos roles desde lo profesional hasta lo investigativo; bajo esta perspectiva es necesaria la puesta en marcha de estrategias que permitan hacer frente a las necesidades cada vez más complejas del mercado laboral, por lo cual es importante no solo la actualización de los currículos sino, a través de los grupos de interés realizar una constante evaluación de la calidad de la educación impartida por las Universidades, desde factores de soporte como factores puramente académicos e investigativos.

Para autores como Camacaro (2010), el evaluar el concepto de calidad en la educación Universitaria es un proceso complejo que puede ser visto de distintas variables que se complementan entre sí para dar un acercamiento más exacto a lo que significa la calidad; la complejidad mencionada por el autor se puede observar desde la multidimensionalidad de los factores, partiendo de la premisa básica que las Universidades son organizaciones, con una visión, una proyección y una afectación más amplia sobre la sociedad. Algunos de las variables claves expuesta por Camacaro (2010) son:

- **La calificación y formación del profesorado:** La capacidad de los docentes, las habilidades, competencias, este esta se vincula con el nivel y tipo de formación del profesorado e inclusive con la experiencia adquirida en el desempeño habitual de sus actividades profesionales tanto dentro como fuera de la academia.
- **La programación docente:** se relaciona con un indicador que permite establecer un coeficiente que mide la relación número docentes frente al número de estudiantes; lo óptimo es que exista la cantidad de docentes necesarios para cubrir todo el estudiantado, a menor número docente y mayor número de estudiante es menor la posibilidad de que todos los estudiantes aprendan por igual.
- **Tecnología de la Información y las comunicaciones:** La Universidades deben contar con lo medio tecnológicos, modernos que permitan estar a la altura de los estudiantes del presente y del futuro, contando así con los canales tecnológicos que faciliten la interacción del docente tanto dentro como fuera de las aulas de clase, se habla de plataforma virtuales como Moodle, con equipos de cómputo modernos, con base de datos y repositorios entre otras muchas herramientas tecnológicas.
- **Estructura de la Organización Educativa:** Poseer una estructura organizativa que facilite la participación de los estudiantes en la construcción de una Universidad más acorde con las necesidades la sociedad, con una universidad moderna y equitativa, debe ser un objetivo estratégico de toda institución universitaria.
- **Calidad en el Currículo:** La estructura y la coherencia en la malla curricular, ofreciendo de este modo contenidos actualizados, con un cuerpo bien definido, manteniendo la paridad entre el método de enseñanza y el método de evaluación, además de la referenciación de materiales adecuados para la mejor comprensión de los diversos tópicos a tratar.
- **Calidad de la enseñanza:** El clima óptimo para el aprendizaje es uno de los factores que los grupos de interés deben garantizar,

ya que en la medida que exista un clima propicio será mejor la aprehensión de conocimientos por parte del estudiantado, cabe aclarar que el clima nos solo se ciñe a las aulas de clase sino a todas las estancias de la Universidad; del mismo modo los refuerzos, el seguimiento y control también hacen parte de la calidad de la enseñanza, aporta mucho al proceso de aprendizaje las base para evaluar y apoyar al proceso de afianzar conocimientos.

La calidad en la educación Universitaria debe cimentarse en los procesos de mejoramiento continuo, con lo cual se garantiza una educación actualizada y congruente con la realidad social.

Calidad y calidad académica

El componente multidimensional sumado a las distintas perspectivas de los grupos de interés convierte en un verdadero reto el definir con exactitud el concepto de calidad, sin obviar ningún matiz propio del término, para tener un mejor acercamiento a la comprensión de calidad es necesario abordar las distintas propuestas conceptuales de autores modernos.

Definir calidad es confuso en gran parte debido a que las personas observan la calidad basado diferentes criterios, propios de las actividades que realizan dentro de las organizaciones; otra razón que hace complejo el definir calidad se debe a que el concepto evoluciona en la medida en que madura la profesión sobre la cual se aplica; la calidad se puede asumir como una función medible, basado en un atributo específico aumentado; de otra parte desde la perspectiva del usuario el concepto de calidad entraña subjetividad al basarse en la expectativa que el sujeto tiene sobre un servicio o producto. (Evans et al., 2000)

La Real Academia de la Lengua la calidad se define en su principal acepción “la calidad es las propiedad o característica de un objeto, que facilita el evaluar su real valor”. (RAE, 2012)

Para Ishikawa (1988) la calidad esta enlazada con el diseño, desarrollo o manufactura de productos o servicios guardando que sea satisfactorio para los clientes, por su utilidad y precio competitivo, esta definición toma a consideración el cliente como elemento de medición de la calidad; al respecto (Jurán y Gryna, 1999) aseguran que la calidad se debe observar desde la perspectiva del cliente ya que para que un producto se considerado de calidad debe satisfacer las necesidades de los clientes. Por su parte (Militaru y Zanfir, 2016) basados en la ISO 9000 (2015), indican que la calidad es el grado de cumplimiento de los requisitos a partir de un cumulo de características presentes en un servicio o producto.

Vásquez (2007) asegura que la calidad debe ser entendida por los gerentes como la meta cuyo significado e importancia es medible solo a través de la satisfacción de los clientes; dicha satisfacción solo consigue cuando las organizaciones desarrollan procesos eficientes que le permiten ser competitivas en la industria.

Por su parte Barker (1997) asegura que la calidad es la clave para entrar, competir y conseguir el éxito en los mercados actuales y futuros; de acuerdo con esta perspectiva la calidad es la única medio a través cual se puede satisfacer a los consumidores.

La (ISO) en su norma 8402, comprende la calidad como el cumulo de características de las organizaciones que le otorgan la capacidad de cumplir las necesidades implícitas como explícitas.

A través de los conceptos mencionados se puede observar el vínculo existente entre la Cali-

dad y la estrategia, siendo esta última de acuerdo con (Sarmiento, 2018) una herramienta que fortalece e incrementa el nivel de competitividad y productividad de las empresas; de este modo la calidad como estrategia se encuentra constituida por planes, procesos y actividades cuyo propósito orienta el accionar de las organizaciones hacia el desarrollo de productos o/y servicios óptimos, capaces de satisfacer los requerimientos de los clientes, quienes son en definitiva los que establecen la existencia o no de la variable calidad en un producto.

Luego de abordado el concepto de calidad, se extrapola el mismo al ámbito de la educación Universitaria recorriendo de este modo los referentes más recientes de esta área del conocimiento.

Calidad académica

Es necesario después de observar los distintos enfoques de calidad, abordar la calidad desde su aplicación en la academia por lo cual se hace necesario citar la Ley Orgánica General del Sistema Educativo (**LOGSE**) propia de España, la cual establece las variables a tener en cuenta para evaluar la calidad académica. Dichas variables son las siguientes

- Formación docente (habilidades y competencias).
- Los recursos soporte para el desarrollo de las clases y la función directiva.
- Enfoque a la investigación formativa.
- Formación integral.
- Sistema de control.
- Auto evaluación del sistema académico.

Metodología

Método y enfoque de investigación

Los diversos enfoques teóricos acerca de la calidad académica, comparados con la calidad

del desempeño, nos permitirán observar el nivel de cumplimiento de la Universidad frente al servicio mostrado, lo anterior es conocido como método deductivo. Aunado a lo anterior es pertinente indicar que el enfoque de la investigación es cuantitativo, y se basa en la percepción de los estudiantes, la cual se recopila a través de una encuesta.

Diseño de la investigación

Como ha quedado indicado en el aparte anterior la investigación se basa en la percepción de los estudiantes de quinto a decimo semestre de la facultad de ingeniería de sistemas.

Población y muestra

La población objeto de estudio está compuesta por 290 estudiantes del programa de ingeniería de sistemas de segundo a decimo semestre. El marco muestral se calcula a través de la siguiente formula.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$N = \text{Población} = 290$$

$$Z\alpha = 90\% = 1,65$$

$$p = 10\% = 0.1$$

$$q = 0.9 (1 - p)$$

$$d = 0,03$$

$$n = \frac{290 * 1,65^2 * 0,1 * 0,9}{0,03^2 * (290 - 1) + 1,65^2 * 0,1 * 0,9} = 140$$

A partir del anterior cálculo se pudo determinar que la muestra para la presente investigación es de 140 estudiantes.

Recolección y procesamiento datos

Con miras a la recolección de datos se diseñó una encuesta a partir de la encuesta de satisfacción de estudiantes de programas académicos de posgrado desarrollada por Universidad Javeriana (2014); se seleccionaron cuatro de

las variables las cuales fueron evaluada por los estudiantes universitarios, como derivación de esta resultaron 22 unidades de análisis, cada una con su respectiva pregunta; en la **tabla 1**, se pueden observar las variables, las preguntas y las abreviaciones de las unidades de análisis.

Tabla 1. Mapa de Variables

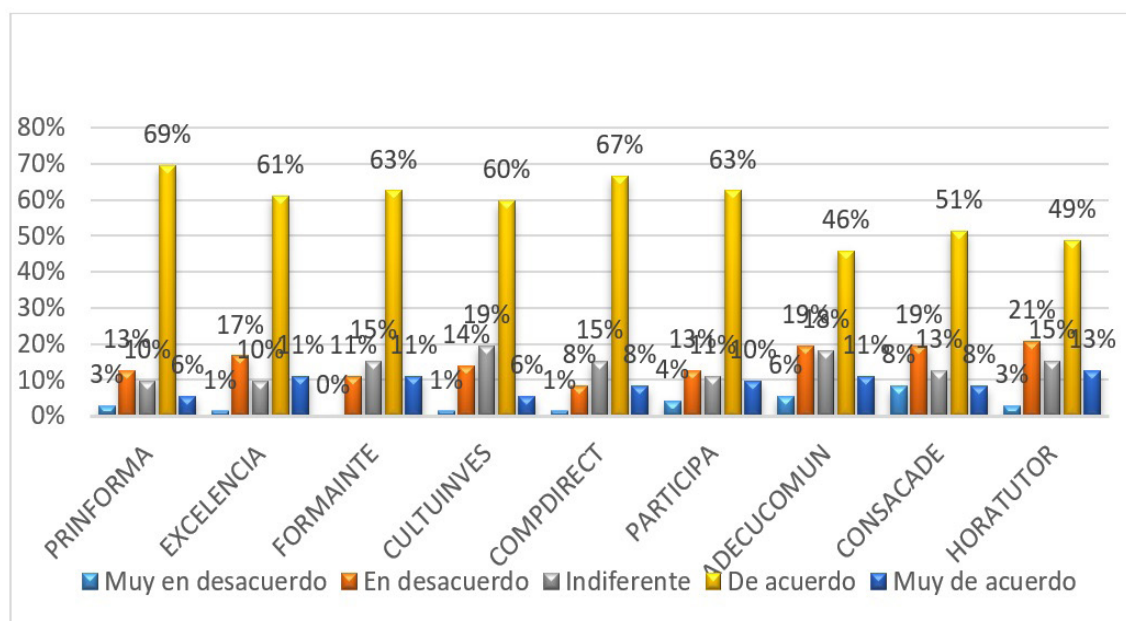
VAR.	PREGUNTAS	ABREV.
Procesos administrativos	La Universidad está comprometida con los principios formativos declarados en su misión	PRINFORMA
	La Universidad ejerce la docencia, la investigación y el servicio con excelencia	EXCELENCIA
	La Universidad contribuye a la formación integral y no solo especializada	FORMAINTE
	La Universidad contribuye a la creación, desarrollo de la cultura investigativa	CULTUINVES
	Existe compromiso de los directivos con la administración y gestión de la Universidad	COMPDIRECT
	Existen los espacios de participación a través de los cuales los estudiantes, docentes, directivos y administrativos tratan los problemas que afectan a la Universidad	PARTICIPA
	Existe una adecuada comunicación hacia toda la comunidad respecto a las decisiones tomadas por la Universidad	ADECUCOMUN
	La Universidad cuenta con consejería académica	CONSACADE
	Cuenta la Universidad con horario adecuados para el desarrollo de tutorías	HORATUTOR
	Los planes de estudio son periódicamente actualizados en concordancia con las tendencias que marca el mercado laboral	PLANEESTU
Currículo	La universidad cuenta con flexibilidad para cursar asignaturas de los planes de estudio	FEXIBCURIC
	Es adecuada la metodología de enseñanza empleada en el desarrollo de los planes de estudio	METOENSE
	Existen las condiciones para la formación interdisciplinaria.	FORMAINTERDIS
	Es coherente la metodología de evaluación frente a la metodología de enseñanza	METOEVALU
Formación docente	Los docentes están cualificados para el desarrollo de procesos de investigación formativa	INVFORMAT
	Los docentes cuentan con las competencias y habilidades para el desarrollo eficiente de los planes de estudio	FORMADOCENT
	Existen mecanismos para la evaluación de los profesores por parte del estudiante.	EVALDOCENT
	Es adecuada el área de bibliotecas: consigue los textos adecuados para el desarrollo de los planes de estudio	BIBLIOTECA
Infraestructura	Es adecuada el área de salas de cómputo: cuenta con los equipos, software y ayudas necesarias para el desarrollo de sus actividades académicas	SALACOMPUTO
	Los salones cuentan con las condiciones necesarias para el desarrollo de las clases (luminosidad, buena ventilación, condiciones de las sillas y un buen tablero)	SALONES
	Son adecuados los auditorios (luminosidad, buena ventilación, condiciones de las sillas)	AUDITORIO
	Cuenta la Universidad con espacios de adecuados para el desarrollo de actividades extracurriculares y de esparcimiento	ESPAADECUA

Fuente: elaboración propia, a partir de Universidad Javeriana 2014.

Para el diseño del instrumento se empleó la escala Likert, pues facilitó la tabulación y posterior análisis de la información.

Resultados

En este punto se muestran los resultados obtenidos a partir de la encuesta realizada a la muestra.

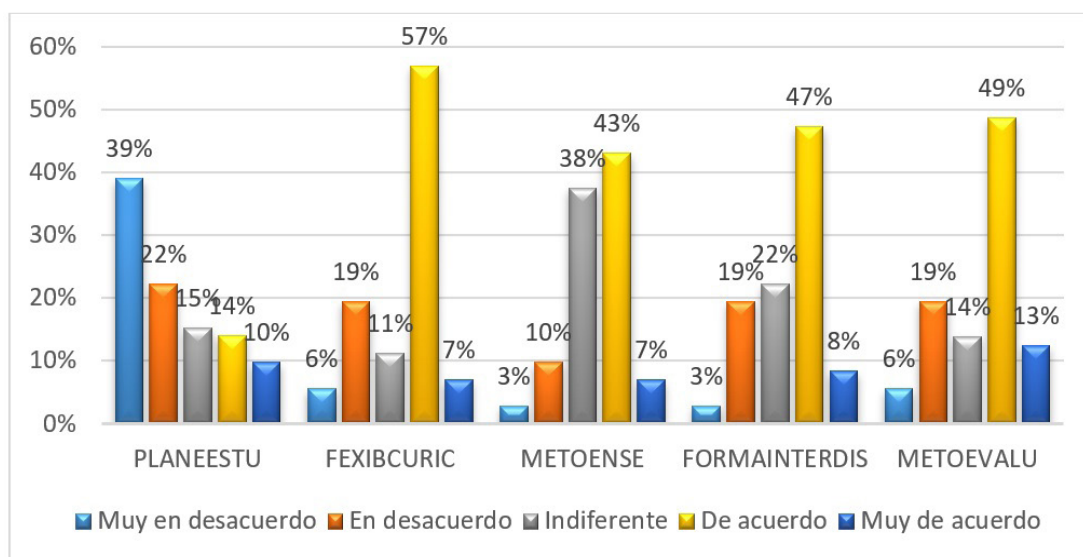


Gráfica 1. Procesos administrativos

Fuente: elaboración propia 2019

Es claro que la percepción de los estudiantes entorno a la variable proceso administrativos es significativamente positiva, mostrando picos por encima del 45 para la opción de respuesta de acuerdo en las unidades de análisis que com-

ponen dicha variable. Por lo anterior se podría afirmar que la Universidad se preocupa por el desarrollo de prácticas de calidad en las distintas actividades administrativas.

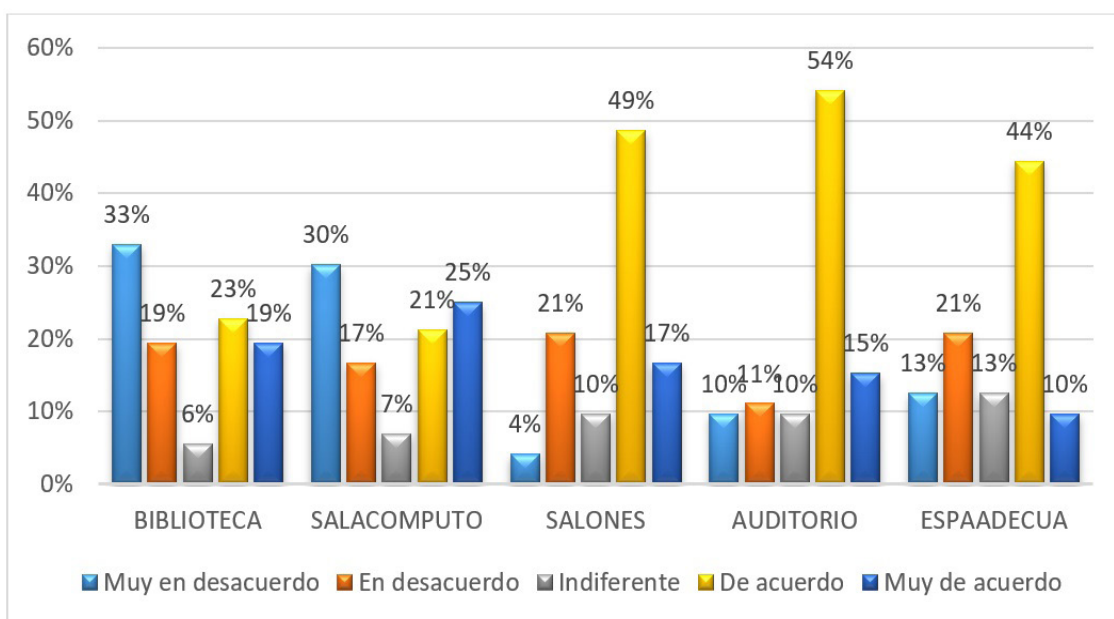


Gráfica 2. Currículo

Fuente: elaboración propia 2019

Con excepción a la unidad de análisis planes estudios actualizados, la variable currículo muestra aprobación de los estudiantes. La unidad de análisis planes de estudio con un 39% para la op-

ción “muy en desacuerdo” permite ver la existencia de falencia referente a procesos de naturaleza académica, este es uno punto realmente demanda atención por parte de las autoridades académicas.

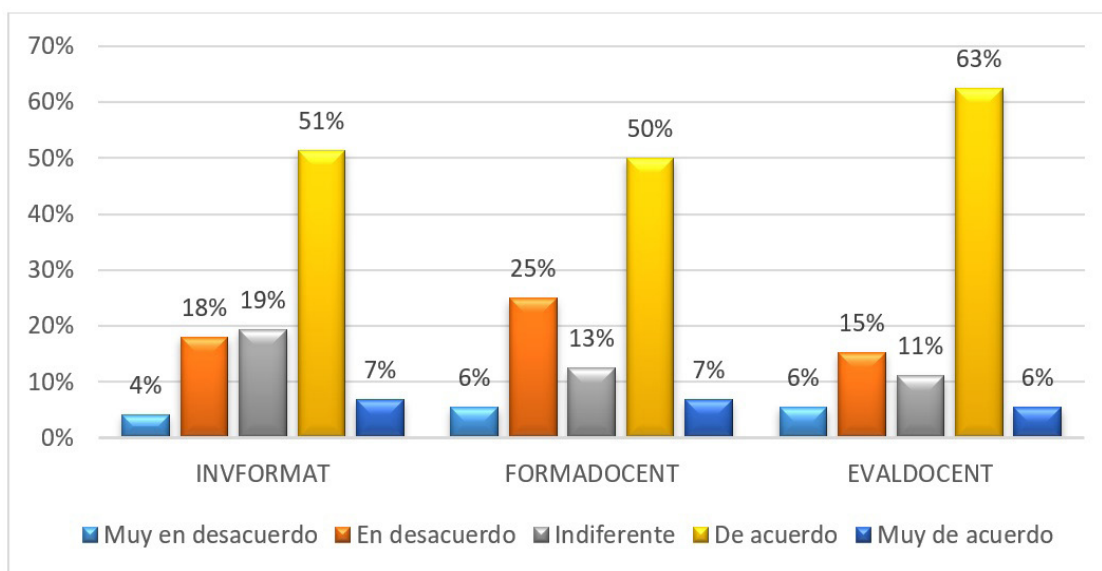


Gráfica 3. Infraestructura

Fuente: elaboración propia 2019

Falta una mayor inversión por parte de la administración para hacer frente aspectos relacionados con la estructura física y equipos de dotación, los resultados para las unidades de análisis

salones, auditorio, espacios de diversión y esparcimiento son percibidos por los estudiantes como adecuados para el desarrollo de las actividades académicas y no académicas.



Gráfica 4. Formación docente

Fuente: elaboración propia 2019

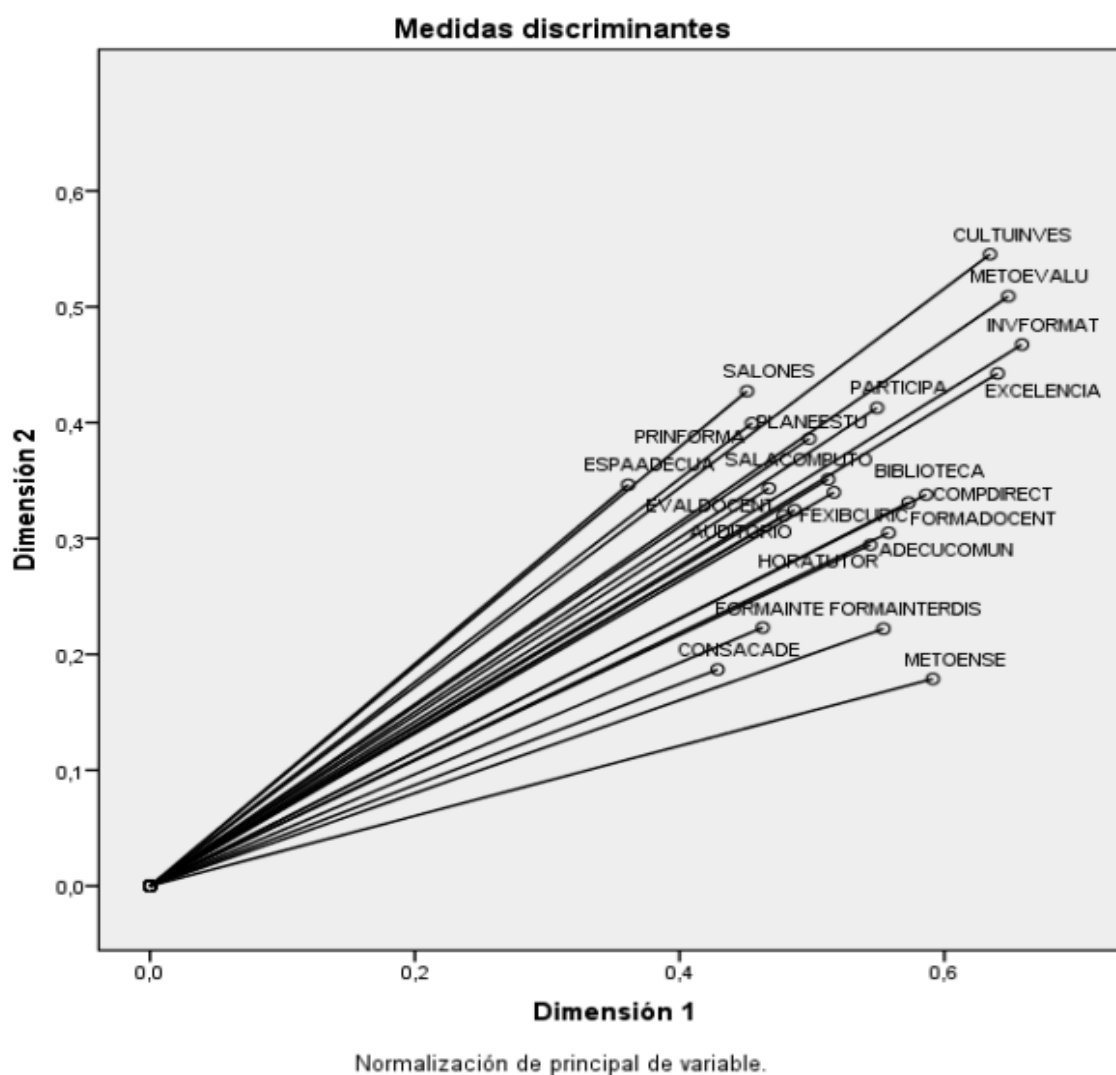
Es interesante observar que la universidad promueve mecanismos por medio de los cuales los alumnos puede evaluar el desempeño de los docentes, esto seguramente facilita la retroalimentación; de otra parte, se puede ob-

servar que en la Universidad se preocupa por generar cultura investigativa, ello se ve reforzado puesto que los docentes poseen las competencias y habilidades en investigación.

Análisis de correspondencia

Para un mejor análisis del comportamiento de las variables del estudio se implementa el análisis de correspondencia, al respecto Fernández (2011), lo concibe como una herramienta que le facilita a los investigadores comprender el com-

portamiento de las variables a partir del agrupamiento de las misma en dimensiones, ello se puede observar a partir de la gráfica de medidas discriminantes. **(ver grafica 5) (ver abreviación en tabla 1)**



Gráfica 5. Medidas discriminantes

Fuente: elaboración propia, a través de SPSS (2019)

A partir de lo observado en la gráfica 5, podemos observar que las unidades de análisis se agrupan en la dimensión uno, lo cual indica que las variables muestran un comportamiento similar; cabe resaltar que las unidades de análisis relacionadas con los procesos investigativos, mostraron una relación más estrecha, aportando

significativamente a las dos dimensiones, lo que es consistente con los hallazgos observables las gráficas 1 a 4. La tabla 2 muestra los coeficientes para las medidas discriminantes, en relación con las unidades de análisis, comprobando así la distribución de estas dentro de las dos dimensiones.

Tabla2. Medidas discriminantes

	Dimensión		Media
	1	2	
PRINFORMA	0,498	0,386	0,442
EXCELENCIA	0,640	0,442	0,541
FORMAINTE	0,463	0,223	0,343
CULTUINVES	0,634	0,545	0,590
COMPDIRECT	0,586	0,338	0,462
PARTICIPA	0,549	0,413	0,481
ADECUCOMUN	0,558	0,305	0,431
PLANEESTU	0,455	0,400	0,427
FEXIBCURIC	0,487	0,325	0,406
CONSACADE	0,429	0,187	0,308
METOENSE	0,591	0,179	0,385
INVFORMAT	0,659	0,467	0,563
FORMAINTERDIS	0,554	0,222	0,388
FORMADOCENT	0,573	0,331	0,452
HORATUTOR	0,544	0,294	0,419
METOEVALU	0,648	0,509	0,579
EVALDOCENT	0,468	0,343	0,405
BIBLIOTECA	0,517	0,340	0,428
SALACOMPUTO	0,512	0,351	0,432
SALONES	0,451	0,427	0,439
AUDITORIO	0,479	0,320	0,399
ESPAADECUA	0,361	0,346	0,354
Total activo	11,656	7,693	9,675
% de varianza	52,982	34,970	43,976

Fuente: elaboración propia, a través del software SPSS, 2019.

Conclusiones

La universidad debe integrar en sus decisiones administrativas el adoptar un plan que permita mantener actualizados los contenidos impartidos en las aulas de clase, realizando estudios periódicos de las tendencias que dicta el mercado laboral, un ejemplo claro de ello puede consistir en identificar cuáles son los lenguajes de programación más empleados por las empresas para diseñar software a la medida, de mismo lodo identificar cuáles son las herramientas para trabajo en redes de comunicación más empleadas por las empresas; todo ese esfuerzo conlleva a estudiantes con conocimientos ac-

tualizados, que puedan hacer frente al mercado laboral. Por otra parte, la Universidad debe destinar los fondos a la modernización de la biblioteca, así como dotarla de libros actuales; la Universidad debe velar por brindar espacios donde en el estudiante pueda socializar con todo el personal de la Universidad. Es evidente la necesidad de cambios en la infraestructura Universitaria.

Finalmente cabe reconocer el esfuerzo de la Universidad en el área investigativa formativa, logrando con ellos promover el hábito investigativo en su comunidad, lo que se ve apoyado en la planta docente.

Referencias bibliográficas

- Camacaro, P. R. (2010). Hacia la epistemología de la gerencia. Contribuciones a la Economía, (2010-03).
- De La Lengua, R. A. E. (2010). Diccionario. Vigésima.
- Evans, J. R., Lindsay, W. M., Fragoso, F. S., & Díaz, G. H. (2000). Administración y control de la calidad.
- Fernández, R. S. M. Análisis de correspondencias simples y múltiples. Universidad Autónoma de Madrid: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (2011)
- Ishikawa, K. (1988). Qué es el control total de calidad: la modalidad japonesa. Norma.
- Juran, J. M., & Gryna, F. M. (1999). Análisis y planeación de la calidad del desarrollo del producto al uso (No. TS156. J8618 1995.). McGraw-hill.
- Militaru, C., & Zafir, A. (2016). The vision of new Iso 9000: 2015 standards. Knowledge Horizons. Economics, 8(1), 131.
- Sarmiento, L. M. D. (2018). Gestión estratégica de proveedores para fortalecer el proceso de compras en la línea de negocios de reparación y mantenimiento de embarcaciones en COTECMAR. Revista científica anfibios, 1(2), 44-52.
- Spain. (1990). Ley orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de ordenación general del sistema educativo. Boletín Oficial del Estado.
- Universidad Javeriana (2014). Encuesta de satisfacción de estudiantes de programas académicos de posgrado – Pontificia Universidad Javeriana – Sede Central. Consultado el 30 de septiembre del 2019. Disponible en: <http://bit.ly/2IPVxxg>
- Vásquez, M. (2007). La Calidad, el concepto actual que debe ser manejado adecuadamente por los gerentes y funcionarios de toda organización. Consultado el 28 de septiembre del 2019. Disponible en: http://www.degerencia.com/articulo/la_calidad,_el_concepto_actual

Plan de marketing para Pymes del sector servicios

Marketing plan for SMEs in the services sector

Richard Orlando Buitrago Reyes¹

Sherly Hoyos Estrada²

Adriana Argumedo Bossio³

Javier Prieto Flórez⁴

Resumen

Dar a conocer los productos y servicios a los clientes, así como la calidad y la satisfacción obtenida de los mismos, es uno de los principales factores de éxito para cualquier organización actualmente, sobre todo en una empresa del sector servicios, sin embargo, en las pequeñas y medianas sociedades, en donde la gerencia debe cumplir múltiples funciones, es probable que las estrategias de marketing se ejecuten sin herramientas técnicas ni planeación y “sobre la marcha” o inclusive, estas ni siquiera existan o se tengan contempladas para un futuro, llevando a que se cometan equivocaciones anclando el éxito de la organización. Es por este motivo que se hace necesario conceder a los pequeños y medianos empresarios del sector servicios unas herramientas técnicas y estructuradas de tal manera que estos puedan llevar un plan de mercadeo que les permita incrementar las ventas y comenzar una senda de expansión de la organización. Para estos fines se diseñó un plan de marketing de forma sencilla y fácil entendimiento que contempla las etapas necesarias para encaminar las estrategias de marketing. El valor añadido es este plan de marketing se encuentra dirigido al sector servicios, el cual por su naturaleza presenta características específicas que se deben tener en cuenta para dar a conocer a sus clientes la organización.

Palabras Claves

Plan de Marketing, pequeñas y medianas Empresas, Sector servicios

Abstract

To make known the products and services to the clients, as well as the quality and the satisfaction obtained from them, is one of the main factors of success for any organization nowadays, especially one of the services sector, however, in small and medium companies where the management must fulfill multiple functions, it is probable that the marketing strategies will be executed without technical tools nor planning and “on the fly” or even, these do not even exist or have been contemplated in the future, leading to mistakes being made anchoring the success of the organization. It is for this reason that it is necessary to grant small and medium entrepreneurs in the service sector technical tools structured in such a way that they can take a marketing plan that allows them to increase sales and begin a path of expansion of the organization. For these purposes, a marketing plan was designed in a simple and easy to understand way that contemplates the necessary stages to guide the marketing strategies. The added value is this marketing plan is aimed at the service sector, which by its nature has specific characteristics that must be taken into account to publicize the organization.

Keywords

Marketing Plan, Small and Medium Enterprises, Services Sector

Fecha de recepción: 1 de Septiembre de 2019, Fecha de evaluación: 22 de Septiembre de 2019, Fecha de aceptación: 8 Octubre de 2019

1. Estudios de pregrado en Administración de Hotelería y en Administración de Empresas Universidad de La Salle, especialización en Gestión de Currículo y Docencia Universitaria, maestría en Administración de Empresas Universitaria Externado de Colombia, Bogotá, PhD en Business Administration Major Marketing AIU, docente investigador de tiempo completo de la Universidad Escuela Colombiana de Carreras Industriales. Correo electrónico: rbuitragor@eccu.edu.co. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7811-0395>

2. Estudiante del MBA de la Universidad Tecnológica de Bolívar. Correo electrónico: sherhe@hotmail.com

3. Estudiante del MBA de la Universidad Tecnológica de Bolívar. Correo electrónico: adriana.argumedo@outlook.com

4. Economista, estudiante del MBA de la Universidad Tecnológica de Bolívar. Correo electrónico: javierprietoflorez@gmail.com.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6885-2790>

Introducción.

Las estrategias son mecanismos para robustecimiento y promover el desarrollo competitivo, con lo cual las organizaciones hacen frente a entornos altamente cambiantes, a través del desarrollo evolutivo e innovador planes a mediano y largo plazo (Peinado, 2018; Rubio, 2018; Sarmiento, 2018; Vergara, et al, 2019).

La estrategia es un elemento fundamental para el marketing, pues se convierten en factor de apalancamiento de aquellas organizaciones que se propone surgir en los mercados, además le facilita atender situaciones como cambios, comprender las dificultades de nuevos entornos y la evolución de la competencia (Salazar et al., 2017). Ante este panorama, en lo relacionado con la planeación estratégica del marketing, las organizaciones deben incluir estas herramientas fundamentales que posibiliten el estudio del entorno externo organizacional, así como variables asociadas al comportamiento interno del mismo (Ruiz & Carralejo, 2015). Es por esto que el desarrollo de una estrategia de marketing adecuada necesita evaluar el producto que se intenta posicionar, de igual forma las características de la empresa y el flujo de inversiones (Arteaga García et al., 2017).

Estas estrategias, planes y consideraciones de marketing generalmente están concebidas para grandes organizaciones con una gran cantidad de empleados y elevados presupuestos y debido a estos requerimientos en pequeñas y medianas empresas, estos aspectos relacionados con el marketing no pueden darse debido a la carencia tanto de personal como de presupuesto, sin embargo, Guardiola & Guerrero (2002) consideran que esto es falso, es decir, a pesar de no contar con un personal dedicado y presupuesto, las pequeñas y medianas organizaciones pueden realizar planes de marketing básicos que les ofrezcan la obtención, procesamiento, evaluación y distribución de la información sobre su mercado y entorno, todo esto para poder diseñar planes estratégicos de mercadeo, así como realizar estudios que midan la satisfacción de los clientes, o les brinden la posibilidad analizar segmentos de mercado, o bien llevar a cabo investigaciones de mercado

y inteligencias de mercado (Franco Restrepo et al., 2014) y así trazar una senda de crecimiento para consolidar sus productos y servicios.

Tomando en cuenta que el sector servicios se considera como uno de los generadores más importantes y ocupa una gran parte de la producción tanto en economías desarrolladas como en desarrollo (Romero Amado, 2010) dado que su importancia ha ido aumentando en las últimas décadas con un progresivo fortalecimiento de su peso en la actividad económica y la generación de empleo (Giral, 2016), resulta conveniente realizar un plan marketing para empresas pequeñas y medianas en ese sector.

Referentes Teóricos.

El plan de marketing.

De acuerdo con McCarthy et al., (2001) el plan de marketing hace referencia a un documento en donde se consignan las estrategias de marketing que se van a llevar a cabo además del tiempo necesario para ejecutar dicha estrategia. Por su parte, Kotler & Keller (2006) expresan la existencia de dos pilares fundamentales para el plan de plan de marketing: el estratégico y el operativo. En lo estratégico se encuentra consignado el entorno dónde se localiza la organización, definiendo su misión, visión y valores y la senda hacia donde se quiere dirigir, mediante distintos análisis y estudios de mercado. En la parte operativa se encuentra lo relacionado con la ejecución de las acciones necesarias para asegurar el éxito de las estrategias planteadas y alcanzar los objetivos fijados en el plan inicialmente.

De acuerdo a Kotler (2003) el plan de marketing se define como un proceso social y de gestión en el cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y para esto, crean, ofrecen e intercambian producto son valor para otros, por su parte, Porter (2011) integra al marketing a una cadena de valor que otorga una ventaja competitiva, en donde pone como eje fundamental el gasto en publicidad.

Juntando estos conceptos, el plan de marketing se considera como una herramienta básica de

gestión empresarial que permite recoger estrategias de un proceso de investigación y sus resultados, analizando el mercado. Para Srinivasan & Lohith (2017) el plan estratégico de mercadeo adoptado por la mayoría de las pequeñas y medianas empresa no va más allá de la formulación de declaraciones de misión y visión, por tanto, estas empresas deben disponer de un plan de acción que cubra los objetivos a largo plazo derivados de sus declaraciones de misión y visión agregando que, a pesar de conocer la importancia del marketing estratégico, la mayoría de las organizaciones dedican menos tiempo a implementar esto a nivel organizativo.

Antecedentes.

Diversos autores han planteado la temática acerca de la participación del marketing en pequeñas y medianas empresas en el sector servicios tanto a nivel nacional como internacional, estos trabajos se expondrán a continuación.

López Rodríguez & López Rodríguez (2018) expresan que las Tecnologías de la Información y la Comunicación han dado un gran impulso al turismo mundial destacando específicamente la adopción de modelos empresariales centrados en el Marketing por Internet, en ese sentido, estos autores analizan cómo las pequeñas empresas turísticas colombianas utilizan estas tecnologías realizando un estudio exploratorio y descriptivo, concluyendo que la mayoría no utilizan las TIC adecuadamente pero que estas empresas cuentan con un entorno favorable, apoyado principalmente por el Estado con políticas para el desarrollo del turismo y la masificación del Internet. En esa misma línea, Esquivel (2019) planteando los factores críticos de éxito en el comercio digital de las pymes exportadoras costarricenses evalúa la situación del comercio electrónico en las micro, pequeñas y medianas empresas de ese país, sugiriendo que las implementaciones de planes de marketing bien establecidos en este tipo de empresas son vitales para el éxito de las mismas.

Utilizando un método cuantitativo e implementando la técnica de encuesta Cuamea Velázquez, Ramos Higuera, & Galván León (2019) concluyen que los indicadores directamente relacionados con el marketing como pueden ser las páginas web, la influencia de “me gusta” y sentimientos en publicaciones en redes sociales, opiniones publicadas y, finalmente, las calificaciones otorgadas por otros usuarios en las páginas oficial en redes sociales se traducen en mayores ventas para las pequeñas y medianas empresas, hecho que se constituye en un antecedente importante para la formulación del plan de marketing en el presente artículo

Asare et al., (2015) estudian las características de las micro, pequeñas y medianas empresas en Ghana con énfasis en el género y consecuencias para el crecimiento económico aportando la necesidad de que estas empresas, sobre todo aquellas dirigidas por mujeres, adoptaran planes de marketing para lograr tasas de crecimiento más competitivas para ese país. Por su parte, Santamaria Velasco et al., (2017) analizan los resultados obtenidos en las pequeñas empresas asesoradas en la región de los Valles del Estado de Jalisco, México, mediante la metodología del Instituto para el Desarrollo y la Innovación de la Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa con la finalidad de incrementar su competitividad, destacando, como la capacitación en marketing de estos empresarios ha dado excelentes resultados en su área geográfica.

Evalando a los proveedores de las micro y pequeñas empresas en sus desafíos y acciones estratégicas, Goyal, Sergi, & Kapoor, (2017) consideran que es esencial para que estas empresas el aprender y adquirir nuevas operaciones, mercadeo, administración, recursos, tecnología y habilidades de innovación para lograr mayor competitividad, mapeando las acciones estratégicas en mercadeo para afrontar los desafíos actuales. Hanggraeni et al., (2019) desarrollan el papel de los factores internos, externos y las variables de gestión del riesgo en el desempeño empresarial de las micro y pequeñas empresas en Indonesia, mostrando como resultado significativo de los factores de gestión de riesgo que

incluye la evaluación del riesgo de la gestión financiera y sobre todo del marketing.

Continuando con Indonesia, Kadarisman (2019), por medio de métodos mixtos, es decir, con análisis estadístico y descriptivo-cualitativo, elabora un análisis acerca de la influencia del Gobierno en la elaboración de estrategias de marketing y su impacto en las micro y pequeñas empresas aportando que mediante la asesoría de marketing se ha logrado alcanzar índices de desarrollo competitivos en esa nación.

Metodología.

En concordancia con los objetivos planteados en el presente artículo, es posible categorizarlo de tipo descriptivo en el sentido que se ha propuesto brindar una ruta de navegación consistente con la teoría y pruebas empíricas en la elaboración de un plan de marketing para pequeñas y medianas empresas en el sector servicios. Para plantear este plan de marketing en un sector específico, la presente propuesta, por medio de una revisión de la literatura, toma en consideración al recopilar y analizar datos e información de fuentes secundarias como libros, revistas indexadas a Scopus y WOS, tesis de pregrado, maestría y artículos que también hayan propuesto planes de marketing para soportar con argumentos académicos las estrategias y ruta de navegación de marketing planteadas.

Más específicamente, el plan de Marketing que se plantea en el presente artículo se construyó consultando diversos documentos académicos relacionados con los planes de marketing en pequeñas y medianas empresas en el sector servicios, analizando los aportes principales de cada uno de estos, identificando los apartados que tuvieran en común y de esa manera proponer un plan de marketing exitoso para ese tipo de empresas, destacando aquellas etapas del plan con mayor impacto, sintetizando en forma clara y específica toda la información recopilada con el valor agregado de estar concebido con un lenguaje sencillo que sea de fácil reconocimiento por empresarios con pocas nociones o experiencia en marketing.

Una vez realizada la recopilación y análisis producto de la una estructurada revisión de la literatura, la propuesta de plan de marketing del presente artículo propone cuatro etapas para la realización del plan que provienen del análisis recopilatorio anteriormente mencionado, en ese sentido, como punto de partida se plantea un análisis y diagnóstico de la organización, seguido de un diseño estratégico y planificación que responda tanto a los objetivos como al presupuesto de cada empresa. Posteriormente se plantea la ejecución e implementación del plan para finalmente evaluar, controlar y mejorar que tan exitoso ha sido el plan de marketing implementado en base a los objetivos planteados y así en caso que los resultados no correspondan a los esperados, el plan se modifique y se reinvente.

Tomando en consideración lo anterior recalando el análisis y revisión de la literatura relacionada, el presente artículo propone un plan de marketing aplicable en términos generales a pequeñas y medianas empresas del sector servicios conectado tanto con la teoría como con la práctica para finalmente realizar algunas conclusiones y proponer discusiones.

Resultados.

El siguiente plan de marketing se debe tomar como una guía general para que pequeños y medianos empresarios del sector servicios puedan basarse en los siguientes pasos para su construcción, sin embargo, este hecho de manera general, en ese sentido, es responsabilidad de quien lo ejecute verificar las condiciones propias de su entorno tanto a nivel interno como externo, de tal manera que se pueda adaptar a las necesidades específicas de cada organización en el sector servicios.

El siguiente cuadro resume tanto las fases como los pasos, acciones y resultados del plan de marketing propuesto para pequeñas y medianas empresas del sector servicios.

Tabla 1. Etapas del Plan de Marketing propuesto para Pequeñas y Medianas

Etapa	Fases	Acciones	Resultado
Análisis y Diagnostico	Recopilación de información	Recopilar conocimientos básicos de Marketing, marca, mercados y clientes	Reconocimiento del marketing como una herramienta requerida para el crecimiento de las ventas en una organización dedicada al sector servicios.
	Análisis de Mercado	Diagnosticar el estado del mercado con información sobre los clientes, quienes son, donde están y sus preferencias. Diagnóstico de la competencia, posibles servicios sustitutos y precios.	Dilucidar las características de los clientes, edades, género, gustos, preferencias y expectativas. Reconocer quienes son los competidores, así como servicios sustitutos y los precios a los cuales se encuentran en el mercado.
	Síntesis de la información	Realizar un resumen de toda la información encontrada, destacando los apartados que mas aporten y descartando los menos importantes	Obtener una compilación compacta de toda la información que sirva de base para el futuro plan de marketing.
Diseño y Planeación	Definición de objetivos del Plan de marketing	De acuerdo con los resultados esperados y la formación recopilada, plantear objetivos que direccionen a la organización hacia ellos	Establecer los objetivos hacia los cuales apunta la organización, bien sea aumento de ventas, consolidación de marca.
	Elaboración de Estrategias Específicas	Idear estrategias que permitan la consecución de los objetivos	Obtener certeza de las estrategias requeridas para alcanzar los objetivos
	Planteamiento del presupuesto	Realizar un estimado de los gastos en publicidad y los medios	Dilucidar el gasto en el plan de marketing, así como la financiación
Ejecución e implementación	Ejecución e implementación	Llevar a cabo las estrategias propuestas con el respectivo presupuesto asignado.	La puesta en marcha de las estrategias que permitan alcanzar los objetivos planteados inicialmente.
Evaluación, control y mejora	Verificar recursos financieros y humanos	Evaluar que las estrategias propuestas fueran ejecutadas con el presupuesto asignado	Control del plan de marketing en ejecución y recursos utilizados
	Evaluación de Objetivos	Verificar que las estrategias implementadas han logrado las metas propuestas	Conocer que tan exitoso fue el plan de marketing
	Planteamiento de mejoras	Constatar lo planeado con lo ejecutado y proponer mejoras en los puntos negativos	Mejorar el plan inicial y plantear uno nuevo con todo lo anteriormente aprendido.

Fuente: Elaboración propia en base a la revisión bibliográfica consultada.

Primera Etapa: Análisis y Diagnostico

Toda organización, sea pequeña o grande, requiere de un diagnostico interno y externo, esto debido a que se requiere saber exactamente bajo qué condiciones trabaja el mercado. En ese sentido, en esta etapa el objetivo es recopilar toda la información del medio necesaria para poder aplicar un plan de marketing que responda a estas necesidades específicas.

La primera fase de esta etapa corresponde a la recopilación de información por parte de la gerencia, en donde quienes dirigen la pequeña y mediana empresa debe capacitarse en marketing y la necesidad de este, puesto que si el empresario no está convencido de que se requiere un conjunto de estrategia bien estructuradas para dar a conocer la empresa de servicios, entonces puede que el plan, sin siquiera haber sido ejecutado falle, por lo tanto, se requiere acumular conocimientos básicos acerca del marketing, como llegar a los nuevos clientes y posicionar la marca.

La segunda fase corresponde al análisis del mercado, en donde se debe diagnosticar el estado del mercado de servicios en el cual se está compitiendo, incluyendo información acerca de quienes son los clientes, que edades tienen, cuáles son sus gustos y preferencias, entre otras características específicas de cada negocio. Por su parte también se debe analizar la competencia tanto la directa, es decir otras empresas que ofrecen servicios similares y la indirecta con posibles servicios sustitutos al que se ofrece, en ese sentido, es necesario sobre todo averiguar a qué precio trabaja la competencia con el fin de establecer un precio que pueda competir con estos.

La tercera fase de esta etapa se encuentra encaminada a, una vez recogida la información necesaria tanto del marketing y su necesidad, como la de los clientes y competidores, sintetizar esta información y consignar estos análisis de manera clara y ordenada, de tal forma que sea posible comenzar el diseño estratégico y la planeación.

Segunda Etapa: Diseño y Planeación

Una vez consagrada la información de clientes y competidores, se deben analizar los elementos internos y externos de la organización de servicios de tal manera que se puedan determinar algunas expectativas de trabajo.

La primera fase de esta etapa corresponde a definir los objetivos del plan de marketing, es decir, una vez conociendo el comportamiento de clientes y competidores, se deben trazar objetivos en ese sentido, proponiendo metas claras y alcanzables tanto en el corto, mediano y largo plazo.

La segunda fase está vinculada a la elaboración de estrategias específicas basadas en los objetivos, en otras palabras, una vez que se conocen las metas a alcanzar se deben elaborar estrategias para alcanzarlas. Un error muy frecuente en este paso es plantear estrategias que poco tienen que ver con los objetivos, por lo tanto, se debe ser cuidadoso para plantearlas. En el sector servicios, de acuerdo con la información recabada, uno de los aspectos más importantes al momento de formular estrategias en el plan de marketing es la diferenciación, es decir, destacar las bondades del servicio que se brinda

haciendo que se diferencia de los demás existentes, esto brinda cierta notoriedad en el mercado, atrayendo nuevos clientes, asimismo, se deben establecer los canales necesarios para que esta información llegue a los clientes, puesto que, es posible tener un servicio diferenciado, sin embargo, si los clientes no tienen conocimiento de ese valor agregado que le ofrece la organización difícilmente se podrá destacar de entre la competencia.

En la tercera fase se establecen se establece lo relacionado al presupuesto, este punto suele ser el más delicado en el sentido que las pequeñas y medianas empresas tienen bajo presupuesto o quizás nulo para este tipo de actividades, sin embargo, las herramientas digitales y las redes sociales ofrecen grandes beneficios de publicidad a muy bajos costos. Por otra parte, es posible incluir publicidad tradicional como volantes, vallas publicitarias, anuncio en radio y similares, sin embargo, es necesario aprovechar las herramientas digitales en post de ahorrar presupuesto.

Tercera Etapa: Ejecución e Implementación

Con un entorno externo e interno analizado, los objetivos, las estrategias y el presupuesto asignado, lo único que resta es la ejecución e implementación de la planeación anteriormente mostrada. Es por este motivo que la única etapa de esta fase es la ejecución de los planes, sin embargo, es la más importante, debido a que dependiendo de la ejecución se consagrara el éxito del plan de Marketing propuesto. Por lo tanto, lo más importante en esta fase es verificar el cumplimiento de las estrategias y planes anteriormente formulados, evitando sobrecostos y cumpliendo con los cronogramas.

Cuarta Etapa: Evaluación, Control y Mejora

Una parte importante de cualquier plan es evaluar y controlar que lo que se ha realizado se refleje en el crecimiento de la empresa, es por esto, que la etapa culminante se evalúa y controla los resultados obtenidos.

La primera fase de esta etapa consta de verificar que los recursos financieros y humanos invertidos en el plan se hayan ejecutado de acuerdo a lo planeado, en otras palabras, que aquellos que se

planeó anteriormente este cumplido y con los recursos predispuestos. Cabe aclarar que en muchas ocasiones no es posible cumplir a cabalidad con todo lo pensando, sin embargo, esto no debe ser motivo de desistir ni mucho menos, dado que para esto es que se necesita la mejora.

La segunda fase corresponde a la evaluación de objetivos, sobre todo en términos de aumento en ventas. Esta fase implica tomar los resultados obtenidos en términos de ventas de tal manera que sea posible verificar si estas han mejorado en alguna medida la situación de la organización. No obstante, también vale aclarar que en principio los planes de marketing no funcionan de inmediato, esto es, que el público no debería conocer de inmediato los servicios que se ofrecen, si no que tardan un tiempo en posicionarse. Finalmente, y contrastando lo planeado con lo ejecutado, es posible establecer acciones de mejora que permitan que en el futuro los planes de marketing se consoliden.

Discusiones Y Conclusiones

Posterior a la recopilación analítica realizada en la revisión de la literatura acerca de los planes de marketing para empresas del sector servicios expuestos en el presente artículo, se construyó una guía de plan de marketing en cuatro etapas bien estructuradas, dictaminando las fases que posibilite a pequeños y medianos empresarios del sector servicios tener una herramienta básica para elaborar los planes, estrategias y acciones de marketing con un presupuesto definido. Los resultados del presente artículo realizan un aporte a la literatura de marketing, concretamente las estrategias, acciones y resultados para consolidar empresas del sector servicios en el mercado.

Una vez alcanzado la meta de establecer una ruta de navegación muy general para que pequeñas y medianas empresas del sector servicios elaboren un plan de marketing, se suscitan algunas discusiones y temáticas por profundizar en el desarrollo del presente estudio. La primera cuestión propuesta radica en la necesidad de pequeñas y medianas empresas de contar con planes de marketing, como panacea a esto, se concluye de acuerdo a la revisión literaria analítica realizada, que de acuerdo a

las condiciones de mercado vinculadas a la globalización en la que los consumidores gustos y preferencias dinámicas hace imprescindible que pequeñas y medianas empresas cuenten con estrategias y acciones vinculados al marketing.

Otro punto de vista que genera discusión en este ámbito es acerca de lo exitoso que resulta para pequeños y medianos empresarios con respecto al crecimiento y expansión de la organización en cuanto a ventas y generación de empleo, en ese sentido y tomando en cuenta la información empírica consultada en el apartado de revisión literaria, diversos estudios empíricos a nivel internacional han demostrado que en países donde las pequeñas y medianas empresas han ejecutado con éxito planes y estrategia de marketing han dado como resultado tanto expansión de la empresas como mayor crecimiento económico y empleo para el país (Hanggraeni et al., 2019; Kadarisman, 2019; Sainidis, Robson, & Heron, 2019; Srinivasan & Lohith, 2017), es así que los planes de marketing para este tipo de organizaciones se podría considerar como fuentes relevantes y demostradas de bienestar social.

Por parte de temáticas pendientes por profundizar, recalcando que el objetivo del presente artículo se relacionó hacia la propuesta de una guía general de plan de marketing para pequeñas y medianas empresas, aún se requiere abordar problemáticas con mayor profundidad, es el caso de estudios de marketing en otros sectores, factores de comercialización y de mercado, por tanto, es recomendable para futuros estudios que contemplen investigar la temática propuesta, proponer planes de marketing específicos para ciertos sectores o renglones con características comunes y afines y así esta información sea más accesible y cercana para empresarios en de estos renglones poder realizar su plan de marketing.

Otra temática por investigar que deja el presente artículo es la de optar por herramientas de marketing digital por parte de pequeñas y medianas empresas, esto significa que futuros documentos académicos pueden indagar en este punto elaborando guías específicas de herramientas digitales en planes de marketing.

Referencias bibliográficas

- Asare, R., Akuffo-Bea, M., Quaye, W., & Atta-Antwi, K. (2015). Characteristics of micro, small and medium enterprises in Ghana: Gender and implications for economic growth. *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, 7(1), 26–35. <https://doi.org/10.1080/20421338.2014.979651>
- Cuamea Velázquez, O., Ramos Higuera, K. y, & Galván León, J. A. (2019). Efecto De La Mercadotecnia Digital En La Elección De Mipymes Vinícolas En El Valle De Guadalupe, México. *Empresa. Investigación y Pensamiento Crítico*, 8(3), 150–177. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2019.080339.150-177>
- Esquivel, I. V. (2019). Factores Críticos De Éxito En El Comercio Digital De Las Pymes Exportadoras Costarricenses. *Tec Empresarial*, Enero-Abril, 13(1), 19–34. <https://doi.org/10.18845/te.v13i1.4293>
- Franco Restrepo, J. G., Restrepo Restrepo, J. C., & Sánchez Giraldo, J. C. (2014). Marketing management: a competitiveness contribution to small enterprises in the services sector in Medellín, Colombia. *Revista Científica Pensamiento y Gestión*, 37, 150–174. <https://doi.org/10.14482/pege.37.7025>
- Giral, D. L. (2016). El comercio de servicios y el desarrollo: una discusión en curso. *Revista Sociedad y Economía*, (30), 255–280.
- Goyal, S., Sergi, B. S., & Kapoor, A. (2017). Evaluating the BDS Providers and MSMEs: Challenges and Strategic Actions. *European Journal of Development Research*, 29(4), 725–744. <https://doi.org/10.1057/s41287-016-0058-z>
- Guardiola, V., & Guerrero, C. (2002). Marketing para Pymes I: Plan de Marketing. Retrieved from <https://referencias111.wikispaces.com/file/view/marketingpymes.pdf>
- Hanggraeni, D., Ślusarczyk, B., Sulung, L. A. K., & Subroto, A. (2019). The Impact of Internal, External and Enterprise Risk Management on the Performance of Micro, Small and Medium Enterprises. *Sustainability*, 11(7), 2172. <https://doi.org/10.3390/su11072172>
- Kadarisman, M. (2019). The influence of government and MUI mediations towards marketing strategy of Warteg and its impact on developing MSMEs in Jakarta, Indonesia. *Cogent Business and Management*, 6(1), 1–22. <https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1629096>
- Kotler, Philip & Keller, K. (2006). *Marketing Management*. New Jersey.: Upper Saddle River.
- López Rodríguez, A. L., & López Rodríguez, S. A. (2018). Impacto De Las Tic En El Turismo: Caso Colombiano. *Cuadernos de Turi*, 41(1), 339–418. [https://doi.org/10.1016/0266-612X\(87\)90126-X](https://doi.org/10.1016/0266-612X(87)90126-X)
- McCarthy, E. J., Perreault, W. D., & Rosas Sanchez, R. M. (2001). *Marketing: un enfoque global* (13th ed.; McGraw-Hill, ed.). Ciudad de Mexico.
- Peinado, A. (2018). Propuesta de un plan estratégico logístico para una empresa de carácter social sin ánimo de lucro (Seccional Cali). *Revista científica anfibios*, 1(2), 60-68.
- Porter, M. (2011). *Competitive Advantage of Nations: Creating and Sustaining Superior Performance* (Free Press). New York, NY, USA.
- Romero Amado, J. (2010). El sector servicios en la economía: el significado de los servicios a empresas intensivos en conocimiento. México DF: Unam.

- Rubio, J. (2018). Estrategias para brindar sustentabilidad a las líneas de comunicaciones marítimas a partir del crecimiento económico de Colombia 2010-2015: perspectiva rol de la ARC. *Revista científica anfibios*, 1(2), 53-59.
- Ruiz, D., & Carralejo, L. (2015). Procedimientos De Plan De Marketing Para Pequeños Y Medianos Empresarios / Marketing Plan Procedures for Small and Medium Sized Businesses. *Ciencias Holguín*, XXI(4), 1–11. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181542152001>
- Sainidis, E., Robson, A., & Heron, G. (2019). Environmental turbulence and the role of business functions in the manufacturing strategy debate: The case of UK-based SMEs and the Great Recession. *Journal of General Management*, 44(4), 190–208. <https://doi.org/10.1177/0306307019832498>
- Salazar, J., Salazar, P., & Guaigua, J. (2017). El Marketing Relacional Para Mejorar La Fidelización De Los Clientes En Las Cooperativas De Ahorro Y Crédito Del Cantón Latacunga-Ecuador. *Voletín Virtual Mayo*, Universidad Técnica De Cotopaxi, 6(5). <https://doi.org/10.1001/jama.2018.8377>
- Santamaria Velasco, C., Gutiérrez Olvera, S., & Silviana Montañez Moya, G. (2017). University Consulting Program and its impact on the development of the MSMEs of the Region Valles of the State of Jalisco: case CUValles. *RIO: Revista Internacional de Organizaciones*, 1(19), 55–74.
- Sarmiento, L. M. D. (2018). Gestión estratégica de proveedores para fortalecer el proceso de compras en la línea de negocios de reparación y mantenimiento de embarcaciones en COTECMAR. *Revista científica anfibios*, 1(2), 44-52.
- Srinivasan, R., & Lohith, C. P. (2017). Strategic Marketing and Innovation for Indian MSMEs. *Strategic Marketing and Innovation for Indian MSMEs*, 31–39. <https://doi.org/10.1007/978-981-10-3590-6>
- Vergara, F, Fernandez, J. C. R., Prins, Z. A., & Gutierrez, G. C. (2019). Estrategias no convencionales de servicio: un desafío en el diseño organizacional. *Revista científica anfibios*, 2(1), 31-48.

La función pública, organización y direccionamiento: fundamento esencial en la administración pública

Héctor Turizo Tapias¹

Resumen

La presente temática examina lo referente al lugar que ocupa la función pública en la organización y direccionamiento dentro de la administración pública, en su compromiso constitucional de responder al cumplimiento de los fines y fines esenciales del Estado, eje de su actividad, buscando la importante y suficiente articulación y gestión entre el empleo público y las personas que lo integran. Para ello argumentamos analíticamente las normatividades al respecto, las recomendaciones de tratadistas en el tema, los manuales de funciones como herramienta de gestión de talento humano y la Carta Iberoamericana de la función pública. Este compromiso origina tanta importancia para la administración pública, puesto que la función pública ocupa en nuestra Constitución poco más de la mitad de sus artículos, por lo que se procura detallar no solo la función pública en sí, sino, el fundamento esencial que ella contiene dentro de la administración pública para alcanzar los fines.

Palabras Claves

Función pública, empleo, funciones, fines esenciales, poder, competencias laborales, administración pública

Abstract

The present topic examines the place of the public function in the organization and direction within the public administration, in its constitutional commitment to respond to the fulfillment of the essential ends and purposes of the State, axis of its activity, seeking the important and sufficient articulation and management between public employment and the people that comprise it. For this, we analytically argue the regulations in this regard, the recommendations of writers on the subject, the manuals of functions as a tool for managing human talent and the Ibero-American Charter of the public function. This commitment is of such importance for the public administration, since the public function occupies in our Constitution a little more than half of its articles, so it seeks to detail not only the public function itself, but the essential foundation that it contains within the public administration to achieve the ends.

Keywords

Civil Service, Employment, functions, essential goals, power, labor skills, public administration

Fecha de recepción: 16 de Enero de 2019, Fecha de evaluación: 27 de Febrero de 2019, Fecha de aceptación: 22 Marzo de 2019

1. Economista, Magíster en Desarrollo Empresarial, Funcionario de la escuela superior de Administración Pública –ESAP. Correo electrónico: hectturi@esap.edu.co

Introducción

El siguiente trabajo tiene como objetivo comprender el fundamento esencial de la Función Pública como organización y direccionamiento dentro de la administración pública como eje de la actividad del Estado, para lo cual es necesario allegar, con fundamento, lo concerniente a dicha función en lo que respecta a la operatividad sincronizada Empleo – Funciones y las relaciones laborales entre el Estado y los servidores públicos, con la finalidad de ejecutar los fines esenciales del Estado.

En estos últimos años se ha despertado en la sociedad civil un interés hacia el estudio de la Administración Pública como compromiso y responsabilidad democrática, para alcanzar las finalidades esenciales del Estado mediante una gestión desde el poder que responda a las demandas de la comunidad. En efecto, uno de los aspectos de más interés dentro de la administración pública, lo constituye indudablemente la función pública, la cual como parte neural en la ejecución de dicha administración, en sentido concreto involucra el conjunto de principios, instituciones, reglas y procedimientos que el Estado en su actividad ejerce, por ello la Carta Iberoamericana de la función Pública recomienda que para “la consecución de un mejor Estado, instrumento indispensable para el desarrollo de los países, la profesionalización de la función pública es una condición necesaria”.

Bajo los anteriores principios se empieza a comprender la magnitud de la función pública dentro de la administración pública, como la actividad del Estado en sentido general, pues ello involucra a todas las instituciones para que en su conjunto muestren una administración pública dirigida al cumplimiento de los fines del Estado. Se señala entonces, en base al principio clásico de la se-

paración de poderes, que la función pública es inherente a la actividad de las ramas del poder público. Cabe anotar de igual manera los órganos autónomos e independientes, para el cumplimiento de las demás funciones del Estado (Art. 113 C.P.).

De otro lado se detallarán los alcances de esa función, realizando un recorrido por las normatividades que la posicionan, con el fin de aproximarnos a ese fundamento esencial que porta la función pública dentro de la administración pública. Posteriormente, se analizan sus deficiencias en la operatividad que de ella tenga la burocracia del Estado para poder indefectiblemente lograr los fines esenciales del Estado.

Por tales razones, el desarrollar la citada temática es materia de mucho interés, y en este sentido se orienta el presente trabajo para tratar sobre el fundamento esencial de la función pública dentro de la administración pública, partiendo de referentes teóricos, alternando los manuales específicos de funciones y competencias laborales, cuyas funciones son función pública, el empleo, que existe bajo unas funciones específicas, el servidor público que debe cumplir esas funciones como actividad del Estado, los cuales para efectos de este trabajo llamaremos elementos y la administración pública, que de hecho, debe buscar la finalidad del Estado, señalando de paso el problema jurídico que se genera cuando esa administración en su comportamiento, no actúa bajo principios acordes a un Estado social de derecho y por supuesto no cumple los fines del Estado.

Referentes teóricos de la función pública

En nuestro país en materia de función pública, existe el Departamento Administrativo de la Función Pública – DAFP, pues le corresponde formular las políticas generales de Administración

Pública, en especial en materias relacionadas con Empleo Público, Organización Administrativa, Control Interno y Racionalización de Trámites de la Rama Ejecutiva del Poder Público conforme al Decreto 188 de 26 de enero de 2004 y de igual manera existe un establecimiento público universitario, la Escuela Superior de Administración Pública – ESAP, la cual se encuentra adscrita a dicho Departamento y conforme al artículo 4° del citado Decreto, el DAFP y la ESAP integran el Sector Administrativo de la Función Pública. Muy claro queda entonces, en manos de quien reposa lo concerniente a la organización y direccionamiento de la función pública en nuestra Colombia

Empezando por desglosar el Término función pública, en su histórico recorrido en el Estado Español, difiere entre lo que fue el Estado monárquico y lo que hoy se entiende como Estado Constitucional.

En cuanto al primer Estado, la Función Pública era considerada como un derecho del Rey, el de nombrar y separar a los servidores públicos. Los puestos u oficios eran creados por el Rey sin restricción alguna. Se requería idoneidad y capacidad, sin embargo no se permitía la cooperación familiar.

En el Estado constitucional se regula el fenómeno burocrático naciendo entonces los verdaderos y auténticos estatutos de funcionarios.

El término Función Pública suele ser percibido desde tres aspectos, los cuales, de manera íntegra, satisfacen globalmente el concepto de que trata el presente artículo. Esos aspectos son: En sentido general, desde el ángulo del recurso humano y desde la relación laboral.

Referente al sentido general, usamos la acepción estudiada para referirnos a aquellas acti-

vidades que se encuentran exclusivamente en cabeza del Estado, desde el recurso humano, se entiende como las acciones desempeñadas por los funcionarios públicos, los cuales representan el Estado, y desde la relación laboral, las actividades entre el Estado y los particulares que se traduce en un servicio público, mas no función pública, aspecto este que fundamentaremos más adelante en base a señalamientos del Consejo de Estado.

En Colombia, la función pública como actividad en cabeza del Estado se remonta hacia el año de 1938 mediante la ley 165, por la cual se crea la carrera administrativa, hasta la existencia del decreto ley 3135 de 1968 en donde se consolida esta evolución de la función pública. De hecho con la consolidación del Estado social de derecho con la constitución de 1991, la función pública adquiere un trato de especial importancia hasta el punto que cerca de la mitad de los 380 artículos que conforman nuestra Constitución, contienen disposiciones de función pública.

Al efectuar un escrutinio al término *Función Pública* se establece que se refiere a una actividad del Estado, es decir, el Estado actuando. Más a fondo sería explicar académicamente el esencial alcance de las dos acepciones que conforman dicho término, pues para ello el Consejo de Estado (Sentencia ACU 1999) presentó la siguiente correspondencia entre las dos acepciones de Función Pública.

Según el Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española, el término “función” significa “capacidad de acción o acción propia de los seres vivos y de sus órganos y de las máquinas o instrumentos; capacidad de acción o acción propia de los cargos y oficios”; por su parte, el vocablo

“público” se define como “aplicación a la potestad, jurisdicción y autoridad para hacer una cosa, como contrapuesto a privado”.

En palabras del Consejo de Estado:

En efecto, función pública es toda actividad ejercida por los órganos del Estado para la realización de sus fines y, excepcionalmente, por expresa delegación legal o por concesión, por parte de los particulares; pero, “es de señalar que la función pública significa una actividad de Estado que no puede jamás concebirse como análoga a la de un particular, aun cuando se tratara de una empresa; por manera que no resulta acertado deducir que toda prestación de un servicio público comporta el ejercicio de función pública, aunque, en ocasiones, bien puede existir coincidencia entre el ejercicio de ésta y la prestación de aquél, como sería el caso, por ejemplo, de los particulares transitoriamente investidos de la función de administrar justicia como conciliadores o árbitros (artículo 116 Constitución Política); o los particulares que bajo las condiciones del artículo 269 constitucional, sean encargados de ejercer el control interno de las entidades públicas; o la función notarial que desempeñan los particulares (artículo 1º Decreto 960 de 1970); o las funciones de registro mercantil (artículos 26 y 27 del Código de Comercio) y registro de proponentes (artículo 22 Ley 80 de 1993) confiados a las cámaras de comercio, etc.

Luego en el presente trabajo al hablar de función pública, nos referiremos a la actividad ejercida por los órganos del Estado para la realización de sus fines indistintamente de la prestación de un servicio público, pues aunque ambas, por mandato constitucional, en su ejercicio, deben buscar la

finalidad del Estado, esta última no se considera función pública.

De otro lado, la Carta Iberoamericana de la Función Pública nos dice al respecto:

La función pública está constituida por el conjunto de arreglos institucionales mediante los que se articulan y gestionan el empleo público y las personas que integran éste, en una realidad nacional determinada. Dichos arreglos comprenden normas, escritas o informales, estructuras, pautas culturales, políticas explícitas o implícitas, procesos, prácticas y actividades diversas cuya finalidad es garantizar un manejo adecuado de los recursos humanos, en el marco de una administración pública profesional y eficaz, al servicio del interés general. En el ámbito público, las finalidades de un sistema de gestión del empleo y los recursos humanos deben compatibilizar los objetivos de eficacia y eficiencia con los requerimientos de igualdad, mérito e imparcialidad que son propios de administraciones profesionales en contextos democráticos.

Siendo ello así, lo anterior citado refleja en parte el concepto de función pública en los artículos 122, 123, 124 y 125 de la constitución política, entre otros, pues el primero contempla la relación empleo – funciones, el segundo la significación y categorización de servidores públicos y el régimen aplicable, mediante ley, a los particulares que temporalmente desempeñen funciones públicas y regulará su ejercicio, el tercero, la responsabilidad, mediante ley, aplicable a los servidores públicos, y el cuarto lo referente a empleos de carrera.

De igual manera se pueden analizar, entre otros, los artículos 150 – 23, 209, 228y 267 con respecto al término función pública que contempla la

Constitución. Explico detalladamente, que todo ello debe desembocar en una administración pública profesional y eficaz, como parte de la organización y direccionamiento al servicio del interés general, como así lo encarna el deber ser de la función pública, sin embargo las políticas públicas y el poder de gestión se mimetiza por la contundente acción imperial de la politiquería que de verdad ha desteñido la institucionalidad en Colombia, máxime cuando se trata de la administración pública como actividad del Estado.

Caso diferente acontece con los artículos 48, 49 y 67 de la constitución política, entre otros, los cuales se refieren a un servicio público y como servicio público son una “específica competencia” de la administración pública, pues en este caso no comporta el ejercicio de “función pública”, salvo, aquellas citadas en palabras del alto tribunal, en donde bien puede existir coincidencia entre el ejercicio de función pública y la prestación de un servicio público, como el caso del artículo 116 cuando se refiere a que los particulares pueden ser investidos transitoriamente de la función de administrar justicia en la condición de jurados en las causas criminales, conciliadores o en la de árbitros habilitados por las partes para proferir fallos en derecho o en equidad, en los términos que determina la ley.

De igual forma acontece con el artículo 269, cuando se autoriza la contratación con empresas privadas para la prestación del servicio de control interno en las entidades públicas.

En base a lo anterior, el ámbito de la función pública involucra dos fundamentales variables, el empleo y las funciones. Estas variables resaltan el mandato constitucional radicado en el artículo 122, que señala: “No habrá empleo público que no tenga funciones detalladas en ley

o reglamento”, por supuesto el fondo sustancial que contiene el citado artículo nos señala que:

- Los empleos públicos de cada entidad deben estar contemplados en su planta de personal, la cual tiene fundamento en el artículo 189 numeral 14, para el orden nacional y en los artículos 305 numeral 7 y 315 numeral 7 para el orden territorial, Gobernaciones y Alcaldías, respectivamente.
- Las funciones y requisitos generales de los empleos están definidos en la ley. Para el orden nacional, se encuentran en el Decreto Ley 770 de 2005 y para el orden territorial en el Decreto Ley 785 de 2005. Cada entidad deberá establecer su propio manual específico de funciones y requisitos, según lo contemplado en el artículo 9º del Decreto 2539 de 2005 en el cual se establecen las competencias laborales generales para los empleos públicos de los distintos niveles jerárquicos de las entidades a las cuales se aplican los Decretos Ley 770 y 785 de 2005. (Cartilla laboral DAFP. 2009. P. 13).

Dentro de la secuencia argumentativa de la temática, se hace necesario establecer la definición de empleo, por tanto conforme al artículo 19 de la ley 909 de 2004 se tiene:

Por empleo se entiende el conjunto de funciones, tareas y responsabilidades que se asignan a una persona y las competencias requeridas para llevarlas a cabo, con el propósito de satisfacer el cumplimiento de los planes de desarrollo y los fines del Estado. (Ley 909, art19)

El señalamiento de la ley determina tajantemente, que de manera inherente el empleo lleva un conjunto de funciones, que son función pública, con el desnudo propósito de satisfacer el cumplimiento

to de los fines del Estado y los planes de desarrollo, siendo ello así, la burocracia tiene un alto significado en el compromiso del cumplimiento de los fines del Estado, ello bajo en fiel sentido que se tiene según Webber. Sin embargo, la burocracia en muchos casos no asume ese compromiso de los fines del Estado quedándose entonces los fines del Estado en una maleza administrativa que no conduce a la satisfacción plena de las demandas societales, ello constituye un problema jurídico que se irá desmenuzando.

De hecho siendo a la sazón la función pública esa actividad ejercida por los órganos del Estado, nos muestra evidentemente cómo el empleo, por principio constitucional, no puede existir si no se tienen detalladas las respectivas funciones, y las funciones de los empleos deben estar dirigidas a contribuir al logro oportuno y eficaz de los cometidos a cargo del Estado, por tanto para el caso específico que estamos tratando se señala:

Así, entonces, en la Constitución Política se usa la expresión “función pública” o su plural “funciones públicas” para denotar aquellas actividades de interés general cuya titularidad corresponde al Estado soberano y que tienen como finalidad el cumplimiento de los fines esenciales del Estado. (Hernández 2008. P, 11).

Se sintetiza entonces, que el empleo se asienta sobre funciones preestablecidas, y las funciones deben estar diseñadas de acuerdo a la naturaleza del empleo con el propósito de satisfacer el cumplimiento de los planes de desarrollo y los fines del Estado, por ello son función pública, por ello las funciones al ser ejercidas por los servidores públicos muestra el Estado actuando.

A merced de ello, es preciso detallar, que la Constitución política maneja el termino función

pública con dos significados diferentes, el primero, “apunta a las actividades cuya titularidad está reservada al Estado, que están relacionadas con el ejercicio de su soberanía y corresponden al interés general que este representa”, el segundo, “como el conjunto de principios y disposiciones que rigen las relaciones laborales entre el Estado y los servidores públicos” (Hernández 2008. P, 12). Estos dos significados diferentes se deben mantener separados el uno del otro. Por tal razón debe entenderse que hay muchas funciones públicas, pero no todas son “función pública”. Se describe entonces el término función pública, dentro del derecho público colombiano, como una expresión homófona, cuyo significado se propone individualizar para distinguir la magnitud de dicho término dentro de la administración pública.

Por todo lo señalado, se puede marcar la magnitud e importancia que porta la función pública dentro de la administración pública en lo que respecta al cumplimiento de los fines del Estado dentro de un Estado social de derecho, pues si bien de normatividad somos muy experto, él ejercicio de la función pública debe atender la efectividad en la articulación productiva de los elementos que hacen real, eficiente y eficaz ese ejercicio, y es precisamente la función pública, como actividad propia del Estado, la que en si ejercicio manifiesta esa articulación de transición entre el manual específico de funciones y competencias laborales, el empleo, que amerita funciones para su existencia, pues las funciones son función pública y el servidor público quien al cumplir con sus funciones esta frente a las finalidad del Estado.

Lo así expuesto nos lleva, indefectiblemente a determinar, que la función pública, es decir, el Estado actuando, es fundamento esencial de la administración pública, pues no se puede negar

desde ningún punto de vista que la administración pública en su ejercicio deba alejarse o permita alejarse de la búsqueda de los fines del Estado.

De hecho existe, como se ha sostenido, una fuerte y sincrónica relación que permite en el ejercicio de la función pública como actividad propia del Estado, que entre los elementos manual de funciones, empleo, y servidor público, fluya esa transición con su alto compromiso de frente al Estado. Sin embargo, ello no se alcanza en nuestro modelo administrativo público, pues de verdad dicha fuerte y sincrónica relación se diluye por acción de la politiquería reinante en las instituciones que a toda costa busca debilitar esa fuerte y sincrónica relación, desviando la finalidad del Estado al desarticular la relación de transición de los elementos manual de funciones, empleo y servidor público, para de esta forma enlazar la administración pública y por supuesto mostrar un modelo administrativo público ineficiente e ineficaz a los principios constitucionales.

Frente a todos esos mandamientos constitucionales y conceptualizaciones, valdría la pena cuestionar, ¿Para que existe entonces el Estado?, ¿Para qué son las instituciones públicas?, ¿Para qué es el poder en Colombia?, ¿el comportamiento de la administración pública actúa bajo principios acordes a un Estado social de derecho y por supuesto cumplidora de los fines del Estado?, ello como problema de la investigación, con la finalidad de ubicarnos mejor en lo que la función pública, organización y direccionamiento, es fundamento esencial en la administración pública.

De los manuales específicos de funciones y competencias laborales

Referente al manual de funciones, primer elemento de la relación, acercaremos algunas definicio-

nes para entender lo que encierra dicho manual.

Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores (Posada 2015).

De otro lado, el Departamento Administrativo de la Función Pública lo define:

El Manual Específico de Funciones y de Competencias Laborales es una herramienta de gestión de talento humano que permite establecer las funciones y competencias laborales de los empleos que conforman la planta de personal de las instituciones públicas; así como los requerimientos de conocimiento, experiencia y demás competencias exigidas para el desempeño de estos.

Es, igualmente, insumo importante para la ejecución de los procesos de planeación, ingreso, permanencia y desarrollo del talento humano al servicio de las organizaciones públicas. (DAFP 2016).

Al tratarse de temas de carácter público, nos inclinaremos por la definición que nos facilita la autoridad al respecto, como lo es el Departamento Administrativo de la función Pública.

Siendo ello así, se puede visualizar la importancia que encierra el Manual Específico de Funciones y

Competencias Laborales dentro de cualquier organización, máxime en este caso, al tratarse de entidades públicas, en donde dicho manual muestra la identificación del empleo, el procedimiento que lo asocia, las funciones y objetivos principales de ese empleo, los conocimientos esenciales y básicos que se deben tener para el desempeño del empleo, las competencias comportamentales y los requisitos de experiencia y estudios.

Ahora Fundamentado en la Norma Superior, su artículo 122, respecto al empleo, segundo elemento de la relación, determina, como antes se anotó:

No habrá empleo público que no tenga funciones detalladas en ley o reglamento, y para proveer los de carácter remunerado se requiere que estén contemplados en la respectiva planta y previstos sus emolumentos en el presupuesto correspondiente

Ningún servidor público entrará a ejercer su cargo sin prestar juramento de cumplir y defender la Constitución y desempeñar los deberes que le incumben.

Antes de tomar posesión del cargo, al retirarse del mismo o cuando autoridad competente se lo solicite deberá declarar, bajo juramento, el monto de sus bienes y rentas.

Dicha declaración sólo podrá ser utilizada para los fines y propósitos de la aplicación de las normas del servidor público. (Const. 1991, art.122)

Acorde al citado artículo, el Alto Tribunal Constitucional ha señalado:

Que cuando el artículo 122 exige fijar las funciones de los empleos públicos, entre otros actos por medio de reglamentos, no se

está refiriendo exclusivamente a la ley que determina la estructura orgánica de la entidad pública, ni al manual general de funciones que expide el Presidente de la República, sino también al manual específico de funciones de cada entidad (Corte Constitucional, 2011).

Agregando a lo anterior, se normatiza esto del manual específico de funciones y competencias laborales, por tanto se emitió entonces el Decreto 861 de 2000, derogado por el decreto 2772 de 2005 y este a su vez derogado por el decreto 1785 de 2014 “por el cual se establecen la funciones y los requisitos generales para los empleos públicos de los distintos niveles jerárquicos de los organismos y entidades del orden nacional y se dictan otras disposiciones” y el decreto ley 2503 de 1998 derogado por el decreto 770 de 2005, reglamentado parcialmente por el decreto 4567 de 2011 “Por el cual se reglamenta parcialmente la ley 909 de 2004 y el decreto ley 770 de 2005”.

De igual manera se dictaron los decretos 2539 de 2005 “Por el cual se establecen las competencias laborales generales para los empleos públicos de los distintos niveles jerárquicos de las entidades a las cuales se aplican los decretos 770 y 785 de 2005” y el decreto 785 de 2005 “por el cual se establece el sistema de nomenclatura y clasificación y de funciones y requisitos generales de los empleos de las entidades territoriales que se regulan por las disposiciones de la ley 909 de 2004”.

En el concurso de las diferentes normatividades se ha dejado en claro, que las funciones son inherentes al cargo, es decir a la estructura, y no al empleado, en palabras exactas “Las funciones son de los empleos, no de los empleados. (...)”

Por ello, las entidades públicas disponen de un manual de funciones por cargo, no de un manual de funciones por empleado.” (Hernández 2004. p, 35). Por esa suficiente razón:

En un sentido restringido se habla de función pública, referida al conjunto de principios y reglas que se aplican a quienes tienen vínculo laboral subordinado con los distintos organismos del Estado. Por lo mismo, empleado, funcionario o trabajador es el servidor público que esta investido regularmente de una función, que desarrolla dentro del radio de competencia que le asigna la Constitución, la ley o el reglamento (Corte Constitucional, 1998)

En sencillas palabras, el reglamento está entendido como el manual de funciones, luego el servidor público está investido de esas funciones con la finalidad de contribuir al logro oportuno de los cometidos obligados del Estado a través de esas funciones asignadas al empleo mediante el citado manual. En efecto las funciones desarrolladas por todos los servidores públicos se traducen como el Estado actuando, puesto, como se ha sostenido, las funciones son función pública, sin embargo en el ejercicio de la administración pública, es esa articulación de transición, Manual de Funciones, Empleo y Servidor Público, la que no se manifiesta, en muchos casos, conforme a la espiritualidad de las normativas tratadas, lo que hace desviar el sentido del actuar del Estado, entrando en ineficiencias e ineficacias en la manera obligante y suprema de atender, desde el poder, las necesidades de la comunidad, por lo que la función pública, organización y direccionamiento como fundamento esencial de la administración pública se destiñe, luego ello es un problema jurídico manifestado en la administración pública.

Agregando a lo anterior, el concepto de ”servidor público” incrustado en la Constitución de 1991, se entiende como un concepto genérico que incluye a todas las personas que están al servicio del Estado y de la comunidad, pues ello indica que el ejercicio del poder público tiene como razón de ser el logro de los fines de la sociedad y del Estado y por supuesto no el beneficio personal, entonces el ejercicio del poder público debe ser una función pública en el que los gobiernos de turno ejerciten su poder con miras de lograr la finalidad del Estado.

Ahora, refiriéndonos a la especificidad de lo público, Di Pego (2006) se refiere así. “Es decir, el espacio público es más amplio que el espacio político, por lo cual este último comparte todas las características del espacio público pero con alguna especificidad que al mismo tiempo lo distingue de éste” (Párrafo 16). Sin embargo en nuestro caso suele suceder que el espacio político asume la totalidad del espacio público desnaturalizando su amplitud y sentido, por lo que se cambia entonces la dirección de la finalidad del Estado y es lo que obstaculiza el ordenamiento constitucional en el ejercicio de la administración pública

Al profundizar en la dimensión de la función pública, en el Estado Colombiano todos los órganos de las ramas del poder público, al igual que los órganos autónomos e independientes para el cumplimiento de las demás funciones del Estado, tienen la obligación de diseñar el Manual Específico de Funciones y Competencias Laborales, soporte técnico que justifica y da sentido a la existencia de los empleos dentro de las organizaciones, con la finalidad de dar estricto cumplimiento a lo ordenado en el artículo 122, arriba citado, para determinar de manera reglada conforme a la naturaleza del respectivo empleo,

las actividades a desarrollar, todo en base , al cumplimiento de las fines esenciales del Estado.

Por su ineludible importancia dentro de la función pública cabe decir que el Manual Especifico de Funciones y Competencias Laborales atiene a un sólido marco legal que relaciona, entre otras, la Constitución Política, Artículos 122, 124, 125, 126, 127, 128, 129 y 130, Ley 909 de 2004, Decreto 785 de 2005, Decreto 2539 de 2005, Decreto 2772 de 2005, Decreto 2489 de 2006, Decreto 1018 de 2007, decreto 2484 de 2014 y Decreto 1785 de 2014. De igual manera la función pública se rige por unos principios constitucionales puntualizados en la ley 909 de 2004 artículo 2º , los cuales son, transparencia, eficacia, moralidad, merito, igualdad, economía, imparcialidad, publicidad y celeridad.

Ahora, los Manuales de Funciones Especificos de Funciones y Comptetencias Laborales, deben elaborarse de acuerdo con el marco general que para las instituciones del orden nacional está contemplado en Decreto Ley 770 de 2005 y en los decretos reglamentarios 2539, 2772 de 2005 y 4476 de 2007 y para el orden territorial en el Decreto Ley 785 de 2005 y en el decreto reglamentario 2539 del mismo año, tal y como lo reza la Circular Externa No 100 – 003 de febrero 25 de 2009 emanada del Departamento Administrativo de la Funcion Publica – DAFP. Por tal razon, en sentido general, la función pública es un fundamento esencial en la administración pública.

Entonces lo que se pretende con el Manual de Funciones por Competencias Laborales, es que este sea el marco de reseña para conocer lo que esencialmente, conforme a la naturaleza de la entidad, deben, de manera particular, desarrollar cotidianamente los servidores públicos de

la Entidad ya sean estratégicas, misionales de apoyo y de mejoramiento.

De igual manera sus contribuciones individuales y criterios de desempeño manifiesten de manera clara, la forma en que esos servidores aportan y dan cumplimiento a la misión que confiere la Constitución Política de Colombia a las instituciones del Estado.

Evidentemente esas contribuciones y criterios de desempeño se dan con la finalidad de consolidar un modelo de gestión por competencias que demuestre la integralidad de los procesos y que a través de la ejecución de esos procesos se evalúe realmente el desempeño y se establezcan los perfiles ideales que debe poseer un funcionario de cualquier administración u organización a fin de manifestar con efectividad y claridad sus responsabilidades y funciones adjudicadas a partir de su posesión e ingreso al servicio público.

Cabe decir entonces, con mucha razón, que la ley 909 de 1994 establece de manera inequívoca que la función Pública en Colombia debe administrarse bajo tres principios fundamentales como son en primer lugar los principios constitucionales de igualdad, mérito, moralidad, eficacia, eficiencia, economía, imparcialidad, celeridad, trasparencia, economía y publicidad; en segundo lugar, la debida ejecución de procesos de selección de personal cimentado en el mérito; y en tercer lugar la función Pública, la cual debe estar alineada hacia la prestación ordenada del servicio y a la satisfacción del bien común.

Referente a lo anterior, si bien es cierto el principio constitucional del mérito es de suma importancia cuando se trata de la eficiencia y efi-

cacia de la función pública, no menos cierto es que algunos estudiosos del tema lo consideran como un sofisma, al respecto se cita:

De algo sirve el sofisma de la mentirocracia, como en alguna oportunidad lo expresó en su columna de El Espectador el doctor Ramiro Bejarano Guzmán, con quien comparto su apreciación, y hoy la ratifico en este documento, en el sentido de que los procesos que para la época adelantaron las firmas consultoras contratadas para llevar a cabo los procedimientos de selección por parte del Ejecutivo fueron poco confiables y transparentes. Finalmente resulta paradójico que la ley de carrera que no involucre a los ministros, directores, gerentes, rectores, superintendentes, vicesministros, subdirectores, subgerentes, vicerrectores, secretarios generales, directores de gestión, secretarios de despacho como gerentes de lo público, cuando de conformidad con sus funciones son quienes dirigen, conducen y fijan las políticas institucionales. Entonces cabe preguntarse quiénes son los que dirigen el Estado colombiano, y afirmar que la gerencia pública en Colombia no deja de ser una falacia en lo público. (Universidad Externado de Colombia, 2006)

De manera concreta la función pública, entiéndase además de la actividad propia del Estado, el manejo de la organización y direccionamiento, que involucra, en su operatividad, los elementos Manuales Específicos de Funciones y Competencias Laborales, el cual como asiento pormenorizado de las funciones, dan vida operativa al empleo, el mismo empleo, puesto que ellos forman el sistema operativo, por así decirlo, de la administración pública como actividad del Estado, y por supuesto el servidor público, lo que indica que ineficiencias e ineficacias en la operatividad

en alguna de sus partes, de hecho desubica el sentido primordial de la administración pública como actividad del Estado.

Lo así detallado, indefectiblemente, genera un problema jurídico, puesto que la administración publica en su actuar debe guardar los principios acordes a un Estado social de derecho, y de hecho cumplir los fines del Estado, aspectos estos que tienen la connotación de constitucionales.

Esa desarticulación, reiteradamente expuesta, ha originado el permeado modelo administrativo público sin organización ni direccionamiento en su alto sentido de la manifestación de los fines del Estado. Entonces existe, como también reiteradamente se ha sostenido, una fuerte y sincrónica relación entre los citados elementos, lo que permite, dentro del deber ser, una transición de la función pública, como actividad del Estado, a las funciones contempladas en los Manuales como actividad de los servidores públicos, al empleo y a los servidores públicos, quienes en su actividad tienen en alto compromiso con la finalidad del Estado.

La administración pública y la función pública

La administración pública como tal, tiene en su ámbito un solo objeto de estudio que se traduce en la actividad organizada del Estado. La función pública, como uno de los elementos centrales de la articulación de los sistemas político – administrativos, debe estar muy distante de la mentirocracia y mucho más de la plutocracia, pues son estas, inyecciones que han estado permeando el modelo administrativo público ante el estado maniatado de los responsables de la organización y direccionamiento de la función pública, pues el mérito, desempeño y capacidad son simples mu-

letillas retóricas que la acción política ha implantado como principio generando la poca efectividad e ineficiencia de la acción pública social ante las demandas sociales en este Estado social de derecho. Por tal razón la función pública debe ser atendida como fundamento esencial de la administración pública

Siendo ello así, nuestra constitución de 1991 es concreta cuando en sus artículos 2º y 366 detalla los fines esenciales y las finalidades sociales del Estado, mandato constitucional este que involucra de inmediato a los servidores públicos en todas sus categorías y niveles, puesto que sus actividades deben comulgar con esos principios constitucionales para poder llegar a la satisfacción de la comunidad.

En efecto, la administración pública no es algo simple de comprender si se atiende al calificativo de lo Público, por tanto, debe entenderse como:

Aquella función del Estado que consiste en una actividad concreta, continua, práctica y espontánea de carácter subordinado a los poderes del Estado y que tienen por objeto satisfacer en forma directa e inmediata, las necesidades e intereses colectivos y el logro de los fines del Estado dentro el orden jurídico establecido y con arreglo a este (Machicado 2016)

Por supuesto que la administración público no es una rueda suelta que opera, es el contenido aplicativo de la interacción de transición entre la Función Pública, como actividad propia del Estado, el Manual Específico de Funciones y Competencias Laborales, que contiene las funciones que son función pública, el empleo, que debe su existencia a las funciones y el servidor público, que en su actividad, ejecutan las funciones, todo

ello en la búsqueda de alcanzar la finalidad del Estado, y es esto el alcance que se tiene cuando se refiere a lo público, pues ello indica, como ya se ha dicho, estar sometida a los principios constitucionales y de ley, de lo contrario, bajo el sentido de organización y direccionamiento, ella deja de ser no solo administración, sino, que pierde el alto sentido de lo público.

En base a lo anterior, la administración pública en Colombia tiene obligaciones supremas con lo ordenado en la Carta Magna, por consiguiente la Corte Constitucional señala:

Surgen obligaciones concretas del postulado constitucional contenido en artículo 2º Superior, según el cual dentro de los fines esenciales del Estado está “servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución...”. Con fundamento en esto, la jurisprudencia de esta Corte ha protegido el denominado “principio de eficacia de la administración pública”, según el cual las autoridades administrativas ostentan cargas relativas al desempeño de sus funciones, en orden a implementar y brindar soluciones a problemas de los ciudadanos. Dichos problemas constituyen deficiencias atribuibles a deberes específicos de la administración, y así las mencionadas soluciones han de ser ciertas, eficaces y proporcionales a éstos (Corte Constitucional 2009).

Por supuesto, claro está, que la administración pública está condicionada a cumplir con lo señalado en el preámbulo, el artículo 1º y 2º de la Constitución Política en lo que se denomina fines esenciales del Estado, como actividad cuya

titularidad corresponde con carácter exclusivo al Estado, ello sin desconocer el mandato constitucional de la finalidad social del Estado y de los servicios públicos, contemplados en los artículos artículo 365 y 366.

Luego al tratarse de un Estado Social de Derecho, el artículo 365 señala que “los servicios públicos son inherentes a la finalidad social del Estado”, y el artículo 366 señala que “El bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población son finalidades sociales del Estado”.

No queda duda entonces, que el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población, como finalidades sociales del Estado, son atendidas a través de la prestación del servicio público, pues mediante este se satisfacen las Necesidades Básicas de la población, lo cual es diferente a la actividad de la función pública, recordemos en palabras del consejo de Estado, ya citada, “no resulta acertado deducir que toda prestación de un servicio público comporta el ejercicio de función pública, aunque, en ocasiones, bien puede existir coincidencia entre el ejercicio de ésta y la prestación de aquél”. Y por supuesto con los fines expresados en el preámbulo de la constitución, que corresponden a un marco jurídico democrático.

Es conveniente recordar que desde mediados del Siglo XIX la administración pública como tal, comenzó a obtener su alineación como lo demuestra en la actualidad. Si bien el liberalismo en su versión NEO procuró subyugar la administración pública a su mínima expresión, con la finalidad de permitir la preeminencia de la libre competencia de la iniciativa privada, la baja regulación por parte del Estado y por supuesto la máxima aceptación de las libres fuerzas del mercado, por tanto, el desarrollo capitalista necesitó de la inter-

vención del sector público, no solo para el mantenimiento del orden del consumo y la cimentación de una infraestructura en busca de disminuir la intensidad de la lucha de clases.

A raíz de ello, el ensanchamiento masivo de los servicios sociales estableció el llamado “Estado de Bienestar” facultado, para procurar mediante la administración pública, la educación, salud, trabajo y seguridad social, salvaguardar a todo individuo de la colectividad y a la colectividad misma.

Desde luego que hace necesario conocer de manera sucinta la historia de dicho Estado, desde una mirada económica.

La historia del Welfare State, Estado de bienestar, toma cuerpo a partir de 1945. Por entonces, los países capitalistas desarrollados adoptaron la política del “Informe Beveridge” (suavizar las desigualdades sociales, redistribución de la renta, seguridad social, subvenciones estatales) y pusieron en práctica la teoría económica keynesiana (avivar la demanda) defendida por los socialdemócratas. Se llega a esta actuación por lucha obrera, por filosofía política, por interés en que hubiera paz social y también por la existencia del socialismo marxista en los países del este europeo. Como se ve, los nombres del economista y político británico Lord William Henry Beveridge (1879-1963) y de su compatriota John Maynard Keynes, están muy unidos a esta nueva concepción del Estado. Tesis políticas del Estado de bienestar: Muchos son los apelativos que ha recibido esta forma de entender el papel del Estado. Algunas de ellas indican un juicio (positivo o negativo) por parte de quien habla. Se le ha llamado “Estado Interventor”, “Estado Providencia”, “Es-

tado Benefactor” e, incluso, “Papá Estado”. La denominación más frecuente es “Estado del Bienestar” o “Estado Social de Derecho” (Banrep 2015).

Conforme a la cita, la Constitución de 1991 establece el Estado social de derecho, de allí que en ella florezcan un buen número de derechos fundamentales que se dirigen a la finalidad del Estado, luego, el andamiaje de la administración pública, y por supuesto del Modelo administrativo público, debe estar dirigido preferentemente a que las instituciones logren la finalidad del Estado mediante el fiel cumplimiento, de parte de los servidores públicos, de esa función pública.

En concordancia con lo dicho, como ampliación argumentativa, la Función Pública como término, se ha reseñado usualmente al empleo público, es decir, desde la actividad misma que ejerce la persona como servidor público al cumplir unas funciones que debe tener cada empleo. Sin embargo a estas alturas de cambios paradigmáticos la Función Pública, en palabras de la Procuraduría General de la Nación, tiene una connotación de un alto interés ya que se somete a una significación más desarrollada y compleja que atiende ineludiblemente a la forma de dar respuestas a las exigencias del entorno, de la Modernización de la administración pública, en los niveles centrales y territoriales. Por tal razón Función Pública quiere suscitar empujes desde la prevención con la finalidad que las reformas a la administración, se dirijan hacia la eficiencia, eficacia y economía de la acción administrativa.

En virtud de lo anterior, la función Pública no sólo es tomada en su acepción formal, sino que también es vista con un criterio finalista, es decir, se toman en cuenta además de las funciones que los servidores públicos deben cumplir de acuerdo

con la constitución y la ley, los resultados y el impacto obtenido con la ejecución de las mismas. De esta manera, la función pública es equiparada con principios de “buena gobernanza”, en la medida en que implica que con el cumplimiento de dichas funciones se logren los objetivos para las cuales estas funciones fueron diseñadas.

Al abordar entonces la administración pública desde una visión mucho más general, esa administración se enmarca dentro de un Modelo Administrativo Público, que no es otra cosa que el determinar la actividad del Estado mediante esa interacción de transición entre los elementos Manual Especifico de Funciones y Competencias Laborales, Empleo y el servidor público de un lado, y de otro lado el cumplir esas disposiciones que rigen la relación laboral entre el Estado y el servidor público con la finalidad de que ese Estado allegue sus fines esenciales a la comunidad, pues ello debe ser el actuar de la Administración Pública y por ende la característica y actitud del modelo administrativo público .

En este aparte de la temática, es donde la función pública, como actividad solo en cabeza del Estado, como organización y direccionamiento, entra en su más vulnerada y cuestionada etapa dentro de la administración pública, puesto que la administración pública ha presentado deficiencias en su operatividad como actividad general del Estado, en el sentido de que la interacción de transición entre la el Manual Especifico de Funciones y Competencias Laborales, el Empleo y el servidor público, no ha permitido, en muchos casos, que se alcancen las finalidades del Estado, descarriando por supuesto, la función pública hacia otras finalidades afectando de hecho la administración pública y desviando el Modelo Administrativo Público que no logra la plena ejecución

de los fines del Estado al ejecutar los Planes de Desarrollo como compromiso para y por la comunidad.

Ante esta realidad de a puño, el legislativo presionado, inició una gestión de renovación de la administración pública en la búsqueda de encausar en el deber ser, el Modelo administrativo público, sin embargo, no se alcanza aún ese logro, pues no se ha dado una eficaz y eficiente lucha contra la corrupción en la administración pública, pues, al parecer, no se ha dado una participación activa al DAFP y a su adscrita la ESAP, en el diseño de políticas públicas firmes en cuanto a la organización y direccionamiento de la administración pública, atendiendo a la interacción de transición, ya que la corrupción en la administración pública, no es solamente una acción penalizada bajo la figura de delito, sino que se manifiesta fuertemente como un sistema de poder alternativo frente al sistema democrático de poder, que determina un conflicto de intereses, que por supuesto, enturbia salvajemente dicha administración, y en efecto, echa abajo el normal funcionamiento del procedimiento que exige el Estado social de derecho.

La citada realidad desdibuja la función pública, al golpear los manuales de funciones, pues las funciones de cada empleo son la actividad de los servidores públicos y con ellas se busca la finalidad del Estado dentro de la administración pública, ya que las funciones son función pública, es el Estado actuando, por tanto estremece el empleo y por ende debilita el fiel compromiso del servidor público para con los fines del Estado desmejorando la administración pública.

A raíz de ello, y con suficiente conocimiento de la comunidad, Colombia está viviendo momentos amargos a raíz de la imperiosa y funesta relación corrupción – administración pública, pues

la transición, ya descrita entre los elementos Manual Específico de Funciones y Competencias Laborales, empleo y servidor público, no opera en el deber ser.

Aquella funesta relación, al parecer legitimada, han imposibilitado el logro de los principios y los objetivos del Estado Social de Derecho, por la forma como la administración pública se ha ido llevando a cabo, lo cual de hecho reducen el respeto por las instituciones deteriorando la confianza ciudadana, y ayudando a debilitar la legitimidad del Estado social de derecho, ello es indetectablemente un problema jurídico puesto que la administración pública en su actuar no guarda los principios acordes a un Estado social de derecho, y de hecho cumplir los fines del Estado.

El citado fenómeno se agiganta en las entidades territoriales, en donde los planes de desarrollo se convierten en una programación de contrataciones cuyo fin es satisfacer el interés particular con la finalidad de mantener la hegemonía politiquera. Todo ello, introducido en la sociedad, envolviendo al sector público, al sector privado y a la misma ciudadanía que en su apatía política, no ha hecho otra cosa que permitir que continúe reinando el caos. En palabras más sencillas, el fenómeno de la corrupción en la administración pública, es un efecto de esa funesta relación que ha impedido la libre transición en la operatividad de esos elementos, como causa.

El germen patológico de la corrupción en la administración pública en Colombia ha hecho metástasis en todos los sentidos de la estrella brujular, pues de verdad se ha catalogado como un vicio generado en la colonia por acción de los criollos con la finalidad de mantenerse, pues ello fue la herencia que nos dejó la colonia. Al respecto Gamarra (como se citó en Zuleta 2015,) nos dice:

El problema de corrupción en Colombia se puede ubicar con la misma formación de su Estado, inclusive desde antes si se tienen en cuenta los saqueos y las malas administraciones de la Real Hacienda durante la colonia. A nivel internacional, la preocupación por reducir el problema durante las dos últimas décadas ha cobrado renovada importancia, y Colombia no ha escapado a esa tendencia. El surgimiento de organizaciones y agendas especializadas en combatir el problema, reformas estatales en varios países y una creciente literatura académica sobre el tema son reflejo de ello. En Colombia, esto se tradujo en cambios a partir de la Constitución de 1991 y varias reformas en la mitad de la década que buscaron reducir los niveles del problema.

De igual manera, las acciones de la misma corrupción han hecho metástasis en muchas bases de la administración pública hasta el punto, como se ha dicho, de la pérdida de confianza en las instituciones del Estado, pues desde ha buen tiempo se viene tergiversando el término burocracia arrancándolo así de su noble origen weberiano, de tal forma que una de las deficiencias centrales en el modelo administrativo público, es precisamente la implantación peyorativa del término burocracia como acción dominante de la esfera política sobre lo público y que nos ilustra Alonso y Fernández (2016):

La burocratización ha sido uno de los procesos más criticados por los discursos neoliberales, pero lejos de eliminarse o desaparecer, se ha transformado y ha tenido objetivos distintos. Así, del principio de autoridad legítima socialmente regulada –típica del ciclo de gobernabilidad socialdemócrata- se pasa al de *intercambio* de intereses y recursos entre esferas públicas y privadas, legitimado por

la mayor eficiencia y rentabilidad para todas las partes, y legislado a través de todo un sistema de normas de refuerzo estatal que favorezca el emprendimiento privado. Con este cambio en la filosofía de la intervención estatal, mucho más cercano a un Estado managerial que a un Estado social, se sustituyen las políticas públicas de construcción de tejido productivo y social por las políticas monetarias, de formación y movilización individualizada de recursos humanos, y de control de las demandas sociales. Pero estas políticas, lejos de suponer la desburocratización y horizontalización de la gestión estatal, construyen una nueva razón burocrática, donde el imperio de la norma sirve para construir una nueva gubernamentalidad de la hegemonía de lo mercantil sobre lo social.

Ante ello, de manera afanada el legislativo toma de nuevo acciones y entra, al parecer, a enfrentar dicha corrupción en la administración pública mediante leyes para fortalecerla, entre muchas otras, aparece la ley 790 de diciembre 27 de 2002 “Por la cual se expiden disposiciones para adelantar el programa de renovación de la administración pública y se otorgan unas facultades Extraordinarias al presidente de la República”, la que en su artículo 1º señala:

Artículo 1º. Objeto. La presente ley tiene por objeto renovar y modernizar la estructura de la rama ejecutiva del orden nacional, con la finalidad de garantizar, dentro de un marco de sostenibilidad financiera de la Nación, un adecuado cumplimiento de los Fines del Estado con celeridad e inmediatez en la atención de las necesidades de los ciudadanos, conforme a los principios esta-

blecidos en el artículo 209 de la C.N. y desarrollados en la Ley 489 de 1998.

Bien entendido se manifiesta el citado artículo de la ley en comento, ya que se orienta no solo a renovar y modernizar, sino de garantizar un adecuado cumplimiento de los fines del Estado dentro de un Estado social de derecho, lo que debe entenderse como la relación de transición de los elementos ya descritos de los elementos, sin embargo las medidas no han sido las mejores y día a día no se oye otra cosa que escándalos en la administración pública, ya que parece que los entes de control del Estado se han vuelto expertos en detectar anomalías, pero difícilmente en prevenirlas, y los responsables de la organización y direccionamiento de la función pública, en donde reina la genialidad teórica, a se han quedado marginados.

Ahondando en lo anterior, la gestión administrativa dentro de la administración pública, debe buscar la eficiente y eficaz ejecución de la función pública, es decir, que la relación Función Pública, manuales de funciones, Empleo y servidor público en cuanto actividad se refiere, se lleve fielmente a cabo de manera sincrónica empleo por empleo conforme a su nivel jerárquico, de frente a sus respectivas funciones conforme a la naturaleza del empleo, y de igual manera se cumpla fielmente con las disposiciones que rigen las relaciones laborales entre el Estado y los servidores públicos para lograr el cumplimiento de los fines del Estado.

Bien se ha dicho anteriormente que las actividades de los servidores públicos, contempladas en el Manual Específico de Funciones y Competencias laborales, no son acciones caprichosas, son por esencia y definición función pública, fundamento esencial de la administración pública,

de igual manera, las disposiciones que rigen la relación laboral entre el Estado y los servidores públicos tampoco son caprichosas, pues dichas funciones y disposiciones están dirigidas hacia el cumplimiento de los fines esenciales del Estado. En efecto se ha desviado mucho el concepto esencial de la función pública permitiendo de esa forma desnaturalizarla la pérdida de "fundamento esencial" para la administración pública.

A estas alturas de las exigencias, el entorno global hacia la administración pública, desde el ángulo visual del Ministerio Público, se tiene una concepción más amplia y compleja de lo que es la función pública, por ello dicha función debe indefectiblemente conducir hacia esas exigencias de la Modernización de la administración pública en todos los niveles.. "Por ello la Función Pública busca sembrar iniciativas desde la prevención que se dirijan a la reforma de la administración en dirección a la eficiencia, eficacia y economía en la acción administrativa" (Instituto de Estudios del Ministerio Público, 2015, P. 13). Sin embargo, la magnitud de la función pública, en sus dos significados o sentidos empleados por la constitución política no ha tomado el alcance que ello genera.

Ante la realidad que se vive, la administración pública en Colombia, frente a las anteriores directrices, se evidencia que presenta vicios en el fiel cumplimiento y ejercicio de la función pública como fundamento esencial de la administración pública, auspiciado en gran parte, por la acción del reinante clientelismo que ha estado impactado negativamente sobre la administración pública desnaturalizando de un lado las actividades cuya titularidad corresponde al Estado y de otro lado ese conjunto de relaciones laborales entre el Estado y los servidores público, por consiguiente el Estado no ha estado respondiendo a sus fines esenciales, las autoridades no han mostrado su

compromiso y responsabilidad frente al mandato constitucional y el poder en Colombia solo se da, en buena parte, para la lucha por el poder bajo una democracia, que independientemente del espectacular significado etimológico, es un sutil arte de mantener el poder.

Por supuesto que al comprometer de esa manera las funciones públicas y la función pública (Recordemos lo arriba citado, hay muchas funciones públicas, pero no todas son “*función pública*”) han desestabilizado el Modelo Administrativo Público, que si bien tiene mucho por delante para continuar, deja un reto a la administración pública para que se atienda la ejecución de la función pública como lo ordena la espiritualidad de los principios Constitucionales en el cumplimiento de los fines esenciales.

Por tanto la función pública tiene tanta importancia dentro de la administración pública, que se ha demostrado con argumentos que es “fundamento esencial de la administración pública”, pues exige de las gestiones gubernamentales en el cumplimiento de sus actividades, por lo menos mantener un equilibrio entre las demandas de la sociedad y esa capacidad de respuesta del gobierno, por tal razón la función pública es comparada con principios administrativos no solo de gobierno, sino de “buena gobernanza”, que se entiende como ese proceso de toma de decisiones, y por supuesto, el proceso por el que estas son implementadas. Por todo ello el Estado está obligado por mandato constitucional a responder de manera eficiente y eficaz a la comunidad, no en vano el alto Tribunal Constitucional señala:

En síntesis, esta Corte ha concluido que el logro de la efectividad de los derechos fundamentales por parte de la administración pública se basa en dos principios esenciales: el

de eficacia y el de eficiencia. A este respecto ha señalado que la eficacia, hace relación al cumplimiento de las determinaciones de la administración y la eficiencia a la elección de los medios más adecuados para el cumplimiento de los objetivos. En este sentido, ha sostenido que estos dos principios se orientan hacia la verificación objetiva de la distribución y producción de bienes y servicios del Estado destinados a la consecución de los fines sociales propuestos por el Estado Social de Derecho. Por lo tanto, la administración necesita un apoyo logístico suficiente, una infraestructura adecuada, un personal calificado y la modernización de ciertos sectores que permitan suponer la transformación de un Estado predominantemente legislativo a un Estado administrativo de prestaciones. (Corte Constitucional, 2013)

Fundamentado en lo anterior, obviamente se determina que la función pública en sentido general, no debe distorsionarse en sus dos significados cuando de finalidad del Estado se trata. No se puede ocultar que el modelo administrativo público es permisible para que se efectúen acciones de corrupción en los servidores públicos que golpeen contundentemente el alto compromiso para con las finalidades del Estado y se mantenga la esfera dependiente y parcializada de la acción de la función pública en el ejercicio de la administración pública, por lo que la función Pública, no se presenta alineada hacia la prestación ordenada del servicio y a la satisfacción del bien común. Ello en resumidas cuentas, muestra el fundamento esencial de la función pública en la administración pública.

Conclusiones

Las respuestas a las preguntas como problema de investigación, ¿Para que existe entonces el Es-

tado?, ¿Para qué son las instituciones públicas?, ¿Para qué es el poder en Colombia?, ¿el comportamiento de la administración pública actúa bajo principios acordes a un Estado social de derecho y por supuesto cumplidora de los fines del Estado?, se concluye:

El Estado, Persona jurídica de la nación, debe existir para la satisfacción de las necesidades públicas. Sin embargo, dentro de la administración pública, en buena parte, los significados que la Constitución Política emplea de la expresión “Función Pública” no se han tenido en cuenta a buena fe, de hecho las acciones públicas manifestadas por la administración pública, han estado alejadas de esos significados, desnaturalizando la magnitud de esa función pública y por supuesto impactando en la propia administración, que por ende, ha olvidado la obligación en el cumplimiento de los postulados constitucionales en cuanto a los fines esenciales y fines sociales del Estado, luego el Estado en su desempeño, en buena parte de los casos, no demuestra su plena y firme existencia hacia el cumplimiento de esos postulados, mientras que en otros casos no se llega hacia la solución de las demandas societales, pues se muestra que hay más territorio que Estado.

Desde luego las instituciones públicas, deben su existencia a la búsqueda de los fines esenciales, y la búsqueda de los fines del Estado, por ende deben permitir la relación transitiva entre el Manual Específico de Funciones y Competencias Laborales, el Empleo, y los Servidores públicos. Lo contrario irrumpe la normal y fluida transición entre esos elementos, lo cual desfigura la función pública bloqueando así la búsqueda de las finalidades del Estado, el servicio hacia los intereses generales.

El poder en Colombia, entiéndase político, debe manifestarse cumpliendo con los fines sociales, de igual manera la citada relación debe cumplir el deber ser. Caso contrario la transición no opera. Esta desnaturalización de la función pública a merced del catalizador clientelismo reinante en la administración pública, han entorpecido el fiel cumplimiento constitucional desestabilizando la actividad del Estado social de derecho permitiendo la concentración de riquezas, la impunidad, la falta de transparencia en la financiación política, debilidad en las políticas de Estado frente a la corrupción politiquera, por lo tanto, el fundamento esencial que porta la función pública dentro de la administración pública está siendo deformado de tal manera que el modelo administrativo público ha sido permeado.

El comportamiento de la administración pública debe actuar bajo principios acordes a un Estado social de derecho y por supuesto cumplidora de los fines del Estado. Por lo tanto la burocracia debe tomarse bajo el estricto sentido Weberiano. Sin embargo, ella, ha sido tomada peyorativamente por la esfera política sobreponiéndose a la esfera pública, lo que ha dejado en tela de juicio no solo la actividad de la burocracia, sino, la tan cacareada “meritocracia” que en la mayoría de los casos solo representa un adorno literario. El poder político en Colombia, en varios casos, está al servicio de otros intereses, ello, sin olvidar de paso el sentido de responsabilidad y pertenencia del Departamento Administrativo de la Función Pública – DAFP y su adscrita la Escuela superior de Administración Pública – ESAP, quienes han estado maniatados en la búsqueda de un sistema profesional y eficaz de la administración pública en lo que respecta a la organización y direccionamiento de esa para que los elementos, ya descritos, no solo se articulen, sino, que en el operar de esa articulación fluya la transición entre ellos

de la esencia de la función pública y permita una óptima administración pública y de hecho un modelo administrativo acorde a las exigencias constitucionales y de ley .

La relación de hechos expuesta, constituye indetectiblemente un problema jurídico puesto que la

administración pública en su actuar no guarda los principios acordes a un Estado social de derecho, y de hecho no alcanza a cumplir los fines del Estado, por lo cual la función Pública no se alinea hacia la prestación ordenada del servicio y a la satisfacción del bien común.

Referencias bibliográficas

- Alonso y Fernández (2016). La burocracia neoliberal y las nuevas funciones de las normas. Encrucijadas, Revista crítica de ciencias sociales Vol 12
- Banrepcultural (2015). Historia del Estado bienestar - Welfare State.
- Carta Iberoamericana de la Función Pública. Aprobada por la V Conferencia Iberoamericana de Ministros de Administración Pública y Reforma del Estado Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, 26-27 de junio de 2003. Respaldada por la XIII Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno
- Constitución Política de Colombia (1991) 2da edición Legis..
- Congreso de la República (27 de diciembre 2002) Por la cual se expiden disposiciones para adelantar el programa de renovación de la administración pública y se otorgan unas facultades extraordinarias al presidente de la Republica [Ley 790 de 2002]
- Congreso de la República (23 de septiembre 2004) Por la cual se expiden normas que regulan el empleo público, la carrera administrativa, gerencia pública y se dictan otras disposiciones. [Ley 909 de 2004]
- Consejo de estado. Sección tercera. Sentencia ACU - 798 del 5 de agosto de 1999 [C.P. Germán Rodríguez Villamizar]
- Corte Constitucional. Sala Plena. Sentencia C- 679 Del 14 De septiembre De 2011. [M.P. Mauricio González Cuervo].
- Corte Constitucional. Sentencia C - 563 Del 7 De octubre De 1998 [M.P. Antonio Barrera Carbonell, Carlos Gaviria Díaz].
- Corte Constitucional. Sala Octava De Revisión. Sentencia T - 733 Del 15 De octubre De 2009. [M. P. Humberto Antonio Sierra Porto].
- Corte Constitucional. Sala Plena. Sentencia C – 826 De 13 De noviembre De 2013. [M.P. Luis Ernesto Vargas Silva].
- Decreto 4567 de 2001, Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 909 de 2004 y Decreto-ley 770 de 2005. Del 1 de diciembre de 2011.
- Decreto 2539 de 2005, “Por el cual se establecen las competencias laborales generales para los empleos públicos de los distintos niveles jerárquicos de las entidades a las cuales se aplican los Decretos-ley 770 y 785 de 200522”, de julio de 2005.

- Decreto 2772 de 2005, “Por el cual se establecen las funciones y requisitos generales para los diferentes empleos públicos de los organismos y entidades del orden nacional y se dictan otras disposiciones”, de 09 de agosto de 2005
- Decreto 785 de 2005, “Por el cual se establece el sistema de nomenclatura y clasificación y de funciones y requisitos generales de los empleos de las entidades territoriales que se regulan por las disposiciones de la Ley 909 de 2004”, de 16 de marzo de 2005.
- Decreto 1785 del 18 de septiembre de 2014, “Por el cual se establecen las funciones y los requisitos generales para los empleos públicos de los distintos niveles jerárquicos de los organismos y entidades del orden nacional y se dictan otras disposiciones”, de 14 agosto de 2014
- Decreto 2943 de 2006, “Por el cual se reglamenta el otorgamiento de concesiones de los servicios de telecomunicaciones que utilicen sistema de acceso troncalizado en las áreas de servicio departamental y municipal y se dictan otras disposiciones”, de 31 de agosto de 2006
- Decreto 1018 de 2007, “Por el cual se modifica la estructura de la Superintendencia Nacional de Salud y se dictan otras disposiciones.”, 30 de marzo de 2007
- Decreto 1083 de 2015, “Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Función Pública”, de 26 enero de 2016
- Departamento administrativo de la función pública. (2015). Guía para establecer o modificar el manual específico de funciones y de competencias laborales. Hernández Alfonso, P. (2008). Temas de función pública. Aceptaciones constitucionales de la expresión función pública. Bogotá D.C.: Imprenta distrital.
- Di pego, Anabella (2006): Pensando el espacio público desde Hannah Arendt: Un diálogo con las perspectivas feministas. Memoria Académica. La plata, Argentina. Universidad Nacional de la Plata.
- Hernández Alfonso, P (2004). Bases constitucionales de función pública - empleo público. Bogotá D.C.: Edit. Jurídica Gustavo Ibáñez
- Instituto de Estudios del Ministerio Público – Iemp. (2015). Procuraduría General de la Nación. Bogotá D.C.
- Mostato Machicado, M (2016). Derecho administrativo y la administración pública boliviana. Ed.: -Catacora.
- Zuleta Andrea Paola (2015). La corrupción su historia y sus consecuencias en Colombia (Tesis de posgrado) Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá, D.C. Posada Serna, K. (2015) Manual de funciones y procedimientos. Tomado de: <https://prezi.com/yq92hr7dcvnu/manual-de-funciones-y-procedimientos/>

El gasto militar: factor estratégico para la modernización de las fuerzas armadas

TCCIM Diego Fernando Patrón Cáceres¹

Resumen

El presente estudio es una revisión documental de las principales estrategias vinculadas con el gasto militar en Colombia. Para la consecución del objetivo planteado se recurren a fuentes secundarias. El artículo consta de dos fases una primera donde se realiza un acercamiento a la importancia de la innovación y la tecnología en el ámbito militar, como garante de la modernización de las fuerzas militares y la segunda fase se relaciona con el gasto militar como factor clave de la modernización. Dentro de las principales conclusiones se puede decir que el estado colombiano de velar por el establecimiento de estrategias direccionada a la inversión en la modernización de las fuerzas militares, desde las aristas tecnológicas, armamentista, educativa entre otras; con el fin de logra una fuerza armada con capacidades afrontar retos presentes y futuros en materia de defensa, seguridad y soberanía.

Palabras Claves

Gasto militar, seguridad pública, defensa, Innovación tecnológica, economía de defensa.

Abstract

This study is a documentary review of the main strategies related to military spending in Colombia. In order to achieve the stated objective, recourse to secondary sources. The article consists of two phases, a first one where an approach is made to the importance of innovation and technology in the military field, as guarantor of the modernization of military forces and the second phase is related to military spending as a key factor in Modernization Among the main conclusions it can be said that the Colombian state of ensuring the establishment of strategies aimed at investment in the modernization of military forces, from the technological, arms, educational, and other aspects; in order to achieve an armed force with capabilities to face present and future challenges in defense, security and sovereignty.

Keywords

Military spending, public safety, defense, Technological innovation, defense economy

Fecha de recepción: 11 de Mayo de 2019, Fecha de evaluación: 7 de Julio de 2019, Fecha de aceptación: 9 Septiembre de 2019

1. Teniente coronel de la infantería de marina

Introducción

Las estrategias son medios de consecución de objetivos, garantizando a través de ella el éxito organizacional (De Ríos, 2018); las estrategias en el sector militar se convierten en el medio efectivo para afrontar los conflictos. Una de las estrategias de mayor incidencia en el éxito de las tropas es la vinculada con la innovación tecnológica, la cual tiene su origen en hacer frente a los desafíos impuestos por la globalización de la economía, por los avances tecnológicos y la expansión del uso de nuevas técnicas de manejo de información y comunicaciones (Hernández, Cardona, & Del Rio, 2017).

En este contexto es necesaria la actualización de la estrategia de innovación tecnológica implementada en el ámbito de seguridad y defensa, con el único fin de contar con una fuerza armada de vanguardia, con capacidad de velar por la soberanía tanto en tiempo de guerra como paz. Un efecto subsecuente de la innovación tecnológica de las fuerzas armadas es la reducción de la incertidumbre mediante el aumento de las capacidades de respuesta no solo en terrenos ya conocidos sino también en el ultraterrestre y el ciberespacio (Perez Arrieu, 2017).

La demanda de capacidades de innovación y tecnología en futuros escenarios de conflicto necesitará mayor flexibilidad y capacidad de incorporación con el fin de poder hacer frente a amenazas imprevistas (Mayo, 2011).

Como parte de sus responsabilidades el estado de propender por el fortalecimiento de las fuerzas armadas, para el cumplimiento de su objetivo relacionado con el mantenimiento de una nación libre de amenazas; por ello el poderío militar de una nación requiere de una inyección presupuestal constante que lo fortalezca, modernice, la tecnifique y la dote de tecnología de punta.

Un factor que juega un gran papel en la modernización de las fuerzas militares es la prospectiva, pues a partir de esta se prevén los posibles escenarios y en consecuencia con ello se desarrolla la planeación presupuestal y defensa de la nación.

Metodología

El enfoque de la investigación es cuantitativo y el alcance es descriptivo; se realizó la recopilación de los documentos vinculados con innovación y gasto militar, a partir de dicha fuente secundaria se concluyeron cuáles son las principales estrategias del gasto militar implementadas para la modernización de las fuerzas militares.

Resultados

Antecedentes Gasto Público.

El estado ha afrontado muchas crisis económicas, las cuales han afectado el presupuesto de gastos de la nación y con ello la ejecución de los planes de desarrollo, para lo cual el gobierno se vio abocado a reajustar el presupuesto de gasto público e implementar reformas tributarias para recuperar ingresos que el estado dejó de percibir. Más allá de la efectividad de las medidas de carácter tributario es necesaria la sinergia de todos los elementos del estado con la finalidad de ser más efectivos en la generación de ingresos y la efectiva administración del gasto, todo ello fundamentado en la sostenibilidad fiscal del país.

Algunos casos particulares han demostrado el intento del estado por maniobrar con situaciones de crisis en el gasto más exactamente el defensa; entre el año de 1994 a 1998 en el periodo presidencial de Ernesto Samper, e emitieron bonos de seguridad, los cuales ayudaron a garantizar la financiación de las fuerzas militares. En el periodo comprendido entre 2002 a 2010 bajo el mandato de Álvaro Uribe Vélez, se implementaron diversos mecanismos para garantizar la política de seguridad democrática, entre ellos se pueden mencionar: la aplicación de impuestos al patrimonio tanto de personas naturales como jurídicas; posteriormente se implementa un impuesto especial de financiamiento de la seguridad democrática, a través del cual se garantizaba la ejecución de estrategias en materia de innovación y desarrollo tecnológico.

Actualización tecnológica

A diferencia de la tecnología utilizada por los civiles la tecnología militar conlleva la aplicación

de tecnologías basadas en las rigurosas especificaciones o requerimientos demandados por las tropas para hacer frente a situaciones de conflicto; ello implica muchas veces la restructuración de tecnología civil bajo los parámetros más estrictos y exigentes. Una forma de lograr avances en materia de tecnología es a través de tratados cooperación internacionales con países potencias.

La actualización no percibirse como un costo adicional en períodos futuros, excepto cuando se requiere extender la vida útil del material estratégico como fueron los casos de vehículos blindados del Ejército Nacional (2002-2005), fragatas misileras y submarinos oceánicos (2011-2014), en tal sentido se proyectan como costos de ciclo de vida generados por decisiones de gestión de los recursos, costos asociados al sostenimiento de equipos adquiridos y con extensión de vida útil.

Gasto Militar

EL gasto militar es comprendido de diversas maneras, cada nación lo ve de acuerdo a sus instituciones y ordenamientos jurídicos propios, pero en general, es el gasto público destinado por una nación a sus Fuerzas Militares para su protección frente a las amenazas externas. En Colombia, esta definición se complementa con la responsabilidad que reciben las Fuerzas Armadas dentro de la situación de conflicto interno. (Gutiérrez, 1995)

Esto nos indica que el Gasto en Defensa y Seguridad o Gasto Militar, no solo incluye la necesidad de la defensa del país contra amenazas extrañas, sino que también incluye el gasto en seguridad contra amenazas domésticas.

Reducción del gasto militar y Estrategias del sector defensa

En primera instancia hay que comprender que el concepto de estrategia es un término que se encuentra en todas y cada uno de las áreas de las organizaciones, por ejemplo: para (Sarmiento, 2018), las estrategias son herramientas que permiten fortaleza, desarrollo de competitividad y productividad de las empresas. Por su parte (Rubio, 2018), asegura que las estrategias permiten afrontar las situaciones cambiantes en relación

con la consecución de las operaciones; desde otra perspectiva (Peinado, 2018) afirma que la estrategia establece la base para la formulación de planes y proyectos a mediano y largo plazo; así mismo para (Vergara, et al, 2019), las estrategias deben entrañar en si misma un carácter evolutivo e innovador que permita a las organizaciones estar a la vanguardia.

Para Chandler (1962), la estrategia es componente que establece los fines elementales de una organización en el largo plazo, de igual manera, la elección de un paquete de medidas de acciones y la distribución de los recursos necesarios para alcanzar dichos objetivos. Por su parte, Ansoff (1965) concibió la estrategia como un conjunto de acciones lógicas entre la naturaleza de la empresa y los productos o bienes y servicios ofrecidos en su mercado, es decir, que la estrategia permite articular las actividades productivas de la empresa acorde con los requerimientos del mercado.

Miles & Snow (1978) definieron la estrategia como el marco de decisiones y acciones que se requiere adoptar para facilitar el alineamiento progresivo de una organización con el entorno y Porter (1980) sugería que las estrategias están definidas por como adquirir o perpetuar una ventaja competitiva dentro del mercado.

Conclusiones

En la actualidad es muy común que las organizaciones se desarrollen tecnológicamente compartiendo su conocimiento a través de alianzas, constituyendo relaciones contractuales, formales o informales. Esto permitirá comenzar nuevos ciclos de aprendizaje y de conocimiento en todos los procesos, donde podrá hablarse de un “sistema de Conocimiento e Innovación de la Defensa Nacional”, con énfasis en aspectos tecnológicos, sociales y económicos.

Estos conceptos están considerados dentro de la Economía de la defensa, de forma asociada con la economía de la empresa que tiene relación con defensa o industria de defensa. Estas relaciones se enmarcan en la cooperación entre organizaciones, alianzas estratégicas, gestión del conocimiento, innovación y tecnología dual.

De igual forma, el Estado mantiene a las Fuerzas Militares a la vanguardia mundial, sosteniendo la inversión con el fin de mantenerlas dotas y preparadas, garantizando la seguridad y defensa de la población, el territorio y sus fronteras, y manteniendo la innovación, actualización e innovación tecnológica, que les permita atender nuevos fenómenos delincuenciales.

Adicionalmente, es posible concluir que el cambio en la estrategia de seguridad y defensa del Estado es necesario para proyectar profundos cambios en la forma como el Estado puede garantizar los recursos necesario para mantener y sostener sus Fuerzas Armadas para estar preparadas en los nuevos escenarios, reduciendo los costos, y generando valor socio económico.

Analizar de manera permanente los factores de producción del sector Defensa que le permitan competir en mercados nacionales e internacionales, creando y produciendo bienes y servicios, como parte de su oferta.

Definir la permanencia o no de la nación en sectores internacionalmente competitivos, relacionados con la Defensa y cooperación para el Desarrollo regional y mundial, al respecto, aportar a organismos como la Organización de Naciones Unidas (ONU) y Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN), participando en operaciones de paz, que pueden retribuirse con experiencia, modernización y actualización del sector.

Establecer para el sector Defensa, condiciones del Estado para que las empresas del Grupo Social y Empresarial de la Defensa (GSED) se creen, organicen y gestionen, estableciendo competencia interna y externa con otros sectores de la economía.

Establecer políticas que presionen sobre la estructura organizacional del sector Defensa la innovación tecnológica permanente en todos sus procesos, lo cual les daría ventaja competitiva que sería mejorada a lo largo del tiempo. Algunos principios básicos para desempeñar un papel de apoyo a la competitividad son alentar al cambio, promover la rivalidad interior, estimular la innovación.

El Estado tiene el papel más importante en el direccionamiento de políticas económicas y de relaciones internacionales para el sostenimiento y optimización del gasto Militar, sus decisiones son esenciales para ayudar o apoyar la industria, estableciendo lineamientos para contribuir con la competitividad de los sectores estratégicos u objetivos fijados. El entorno que generan sus decisiones estimula el logro de ventajas competitivas. Tiene un papel de catalizador y estimulador para que las empresas del Estado pasen a un nivel más alto de competitividad.

La misión del Estado cambia a medida que progresa la economía, para esto, deben tener en cuenta factores como estimular la demanda de productos avanzados, confrontando a los sectores que deben tener tecnologías de vanguardia, a través de proyectos cooperativos simbólicos, estableciendo premios que recompensan la calidad y la aceleración del ritmo de las innovaciones tecnológicas.

La clase política comete errores en sus decisiones al intentar manejar la estructura industria del país, proteger el mercado durante largo tiempo, rendirse a las presiones políticas para aislar a algunos actores. Se requieren amplios esfuerzos de descentralización y dinamismo, que permitan mejorar la gestión y dejar de ser una influencia negativa.

Son aspectos que retrasan la innovación tecnológica, la relación existente entre tiempo competitivo de las empresas y tiempo político de los gobernantes, son limitantes, por la “temporalidad”, vista se considera que para lograr una marcada ventaja competitiva de un sector se requiere más de un decenio de tiempo que permita integrar las mejoras de las destrezas humanas, inversión en productos y procesos, creación de organización empresarial, penetración de mercados, etc. Como un decenio es bastante tiempo, muchos gobernantes prefieren establecer políticas que ofrezcan ventajas materializables en el corto plazo (períodos de gobierno), por ejemplo, las subvenciones, la protección y fusiones convenidas.

Los factores que se traducen en ventaja competitiva para el Estado, son avanzados, especializados, y ligados a sectores específicos como el de defensa. Debe entenderse que las políticas que

ofrecen mayores beneficios, son demasiado lentas, costosas y exigen paciencia o generan cambios bruscos en el corto plazo.

Finalmente, debe reconocerse la política de comercio exterior del Estado en su papel de ayudar a dar acceso libre al mercado con otras naciones,

el cual, para ser eficaz no debe ser un instrumento pasivo, debe tratar de abrir mercados donde la nación tenga una ventaja competitiva. Ante una barrera comercial con otra nación, se debe concentrar sus medidas en desmantelarla y no en regular importaciones o exportaciones.

Referencias bibliográficas

- Ansoff, I. (1965), *Corporate strategy: an analytic approach to business policy for growth and expansion*
- Chandler, A., (1962), *Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise*
- De Ríos, C. C. (2018). ¿Cuál es la importancia de implementar estrategias en las organizaciones?. *Revista científica anfibios*, 1(1), 71-79.
- Gutiérrez Díez, Luis Angel, *Evolución de la tecnología militar y su impacto en España, Gasto militar e industrialización, España, 1995.*
- Hernández, H. G., Cardona, D. A., & Del Rio, J. L. (2017). *Direccionamiento Estratégico: Proyección de la Innovación Tecnológica y Gestión Administrativa en las Pequeñas Empresas. Información tecnológica*, 28(5). doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642017000500003>
- Mayo Muñiz, Luis, *La defensa del futuro: innovación, tecnología e industria, Instituto español de estudios estratégicos, Capítulo V, España, 2011.*
- Miles, R.E. Y Ch.C. Snow (1978): *Organizational Strategy, Structure And Process*, McGraw-Hill.
- Peinado, A. (2018). Propuesta de un plan estratégico logístico para una empresa de carácter social sin ánimo de lucro (Seccional Cali). *Revista científica anfibios*, 1(2), 60-68.
- Perez Arrieu, J. C. (2017). *Conocimiento, C&T Y Poder Militar EN El Siglo XXI Las Guerras Del Futuro*. Retrieved from *Estudios de vigilancia y prospectiva tecnológica en el área de Defensa y Seguridad, Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Escuela Superior Técnica. Centro de Estudios de Prospectiva Tecnológica Militar*: <http://www.ceptm.iue.edu.ar/tec1000-17/files/download/TEC10002017.pdf>
- Porter, M. (1980): *Competitive Strategy*, The Free Press.
- Rubio, J. (2018). Estrategias para brindar sustentabilidad a las líneas de comunicaciones marítimas a partir del crecimiento económico de Colombia 2010-2015: perspectiva rol de la ARC. *Revista científica anfibios*, 1(2), 53-59.
- Sarmiento, L. M. D. (2018). Gestión estratégica de proveedores para fortalecer el proceso de compras en la línea de negocios de reparación y mantenimiento de embarcaciones en COTECMAR. *Revista científica anfibios*, 1(2), 44-52.
- Vergara, F, Fernandez, J. C. R., Prins, Z. A., & Gutierrez, G. C. (2019). Estrategias no convencionales de servicio: un desafío en el diseño organizacional. *Revista científica anfibios*, 2(1), 31-48.

GUÍA DE PRESENTACIÓN DE TEXTOS PARA PUBLICAR EN LA REVISTA CIENTÍFICA ANFIBIOS

El proceso de publicar en una revista de investigación es un sistema conformado por varios actores, como el autor, editor, evaluadores, equipo editorial entre otros. La revista CIENTÍFICA ANFIBIOS es una publicación editada anualmente por la Escuela de Formación de Infantería de Marina (EFIM) con sede en Coveñas – Sucre - Colombia, que se encuentra al alcance de la comunidad académica y en general del público interesado en la investigación, desarrollo e innovación a nivel nacional e internacional. Lo anterior da como resultado que todos los aportes (artículos) sean sometidos a una revisión detallada por pares académicos con amplia experiencia, con el fin de verificar si la producción es susceptible de publicación.

De acuerdo con lo anterior, el Centro Investigaciones Científicas de la Escuela de Formación de Infantería de Marina, invita a los investigadores nacionales e internacionales vinculados con la investigación, el desarrollo y la innovación en las áreas de Prospectiva, territorio, seguridad y defensa, Monitoreo, Vigilancia y Control de Medio Ambiente, Ciencias de la Administración y Estrategia, Ciencias Navales y Militares, Seguridad y Defensa, Educación, y Estudios interdisciplinarios a presentar artículos para su publicación, y de esta manera promover el intercambio académico, científico y tecnológico.

- **Prospectiva, territorio, seguridad y defensa.** Esta área tiene como objetivo la realización de investigaciones basadas en anticipar situaciones, prevenir y planificar, analizando los sucesos que provoquen una pérdida de eficacia y de competitividad de la organización militar e indagando en nuevas y mejores soluciones y el desarrollo y de seguridad y defensa de la región y del territorio colombiano.
- **Monitoreo, Vigilancia y Control de Medio Ambiente:** Esta área se enmarca en la generación del conocimiento científico sobre el control de situaciones negativas que afectan al medio ambiente, su evaluación periódica e integrada y el control dinámico de variables ambientales todo esto partir de la investigación básica, investigación aplicada y desarrollo tecnológico e innovación con el desarrollo de dispositivos y/o programas que faciliten su control.
- **Ciencias de la Administración y Estrategia.** Esta área busca aportar al conocimiento científico con capacidad crítica y reflexiva desde las ciencias sociales, en ámbitos como la planeación estratégica, el diseño de estrategias empresariales para el desarrollo y la competitividad y la previsión tecnológica en las organizaciones sociales de carácter público, privadas o mixtas, entre otras, pretendiendo así, estimular la investigación sobre las organizaciones en el medio colombiano y Latinoamericano y el apoyo en el direccionamiento estratégico de las PYMES y las grandes empresas de la región.
- **Ciencias Navales y Militares.** Esta área se enfoca en el abordaje y el estudio de las técnicas, la psicología la práctica, el planeamiento de operaciones anfibias y fluviales y, otros fenómenos que constituyen la guerra y el conflicto social armado; estudiando la guerra como un fenómeno social complejo.
- **Seguridad y Defensa.** Esta área es la responsable de desarrollar actividades de investigación y difusión de la cultura de seguridad y defensa. Bajo esta, se busca fomentar el debate y análisis sobre los nuevos escenarios que afectan la seguridad nacional e internacional y las estrategias para garantizarlas. Sus principales componentes giran alrededor de la evolución de la Arquitectura de Seguridad en un mundo globalizado, el enfoque multidisciplinar y la actuación integral en la Seguridad y Defensa y sus actores, el desarrollo del concepto de Seguridad Humana, pensamiento estratégico y modelos de Seguridad y Defensa, geopolítica de los conflictos y las nuevas operaciones de paz, el fomento y la promoción de la Cultura

de Seguridad y Defensa en la sociedad y los entornos globales compartidos y el ámbito informativo.

- **Educación:** Esta área busca generar conocimiento a partir de los procesos de enseñanza, formación y aprendizaje desde el entorno militar. Se busca que las investigaciones puedan enmarcarse, además, en factores asociados que determinan los procesos de formación militar, significancia y comprensión del proceso de formación militar, enfocándose en investigaciones cualitativas, cuantitativas y mixtas.
- **Estudios interdisciplinarios.** Bajo esta línea se podrán publicar investigaciones de otras áreas como: Ingenierías, cultura y antropología, imaginarios colectivos, ciencias económicas y ciencias políticas y Derecho, entre otros.

Para las publicaciones se tendrá en cuenta el cumplimiento de los requerimientos debajo relacionados en cuanto a forma, calidad, propiedad intelectual entre otros.

1. GENERALIDADES

- 1.1. La revista CIENTÍFICA ANFIBIOS recibirá solo artículos de investigación e innovación definidos por Publindex Colciencias, los cuales son documentos en los que el autor(es) presenta la producción original e inédita, resultado de procesos de investigación, reflexión o revisión, en las áreas de Prospectiva, territorio, seguridad y defensa, Monitoreo, Vigilancia y Control de Medio Ambiente, Ciencias de la Administración y Estrategia, Ciencias Navales y Militares, Seguridad y Defensa, Educación y Estudios interdisciplinarios.
- 1.2. Los artículos deben ser remitidos al editor de la revista CIENTÍFICA ANFIBIOS, en medio digital a los correos: editorefim@revistaanfibios.org, editorefim@gmail.com Es de suma importancia incluir en el texto del mail el nombre completo del autor o autores, el título universitario de pregrado y el de postgrado más alto obtenido, cargo, correo electrónico vigente, nombre de la institución en la cual labora, dirección de residencia u oficina, teléfonos de contacto (Celular y fijo), número de documento de identidad y fecha de nacimiento. La anterior información es necesaria al momento del ingreso de datos a las plataformas e índices bibliográficos, así como también para el registro de publicaciones de la revista.
- 1.3. La revista CIENTÍFICA ANFIBIOS, tiene como idioma oficial el español y como secundario el inglés, por tal razón se acepta el envío de artículo en idioma español o inglés.
- 1.4. Al enviar un artículo, el autor debe hacer constar que éste es original e inédito, producto del mismo, que no ha sido publicado en otras revistas y que cita todas las fuentes usadas. El autor deberá diligenciar el formato “APROBACIÓN PARA PUBLICAR, CLÁUSULA DE CESIÓN DE LOS DERECHOS PATRIMONIALES DE AUTOR Y ORIGINALIDAD DE LA PRODUCCIÓN” el cual se encuentra anexo. Si son varios autores cada uno deberá remitir el formato.
- 1.5. El autor debe manifestar su aprobación a la publicación en la revista CIENTÍFICA ANFIBIOS y su cesión de derechos, diligenciando el formato “APROBACIÓN PARA PUBLICAR, CLÁUSULA DE CESIÓN DE LOS DERECHOS PATRIMONIALES DE AUTOR Y ORIGINALIDAD DE LA PRODUCCIÓN (Ver anexo A)”, el cual se encuentra anexo. Si son varios autores cada uno deberá remitir el formato.

1.6. Todos los artículos deben llevar anexo en archivos separados identificados, las tablas, gráficos, dibujos, y fotografías, en archivos Pdf, Tiff, Jpg con un peso no mayor a 2 MB (Mega Bytes). Las tablas y gráficos en Excel deben anexarse en los archivos Excel originales, De la misma manera las fórmulas deben anexarse en archivos separados en su versión original.

1.7. Información sobre el(los) autor(es) y el origen del artículo

- Datos académicos del (los) autor(es). Títulos de pregrado y posgrado, universidades que los otorgaron, ciudad y país de la institución, y fechas en que se obtuvieron (títulos en el idioma original).
- Datos institucionales. Entidad donde trabaja(n), ciudad y país de la institución de afiliación y cargo que desempeña(n) el(los) autor(es), grupo o centro de investigación al que pertenece(n).
- Naturaleza del artículo. Se debe especificar si el artículo es producto de una investigación, tesis de grado, ensayo o reseña crítica. Si es resultado de una investigación, deben señalarse: el título del proyecto, la institución ejecutora y financiadora, fase del proyecto, fecha de inicio y finalización y el código de registro (si lo tiene).
- Reconocimientos. Toda aclaración sobre el trabajo (agradecimiento, colaboradores, etc.) se indicará con un asterisco en el título, que remite a una nota a pie de página.

2. INSTRUCCIONES PARA LA DIGITACIÓN

La revista CIENTÍFICA ANFIBIOS ha adoptado el estándar de normas APA (American Psychological Association) para sus publicaciones, por lo tanto, deben cumplirse los siguientes aspectos:

- 2.1. Los artículos deben ser presentados usando el procesador de texto Word, hoja tamaño carta, a dos columnas, fuente Times New Roman 12, las márgenes serán: superior, inferior, izquierda y derecha 2,54 cm; el interlineado 1,5.
- 2.2. La alineación de los párrafos en el documento deberá ser justificado. Se debe utilizar sangría de 5 espacios en la primera línea de cada párrafo y sangría francesa para todas las referencias.
- 2.3. No se debe hacer doble “enter” entre párrafo y párrafo. Se mantiene todo con el mismo interlineado de dos puntos. Para identificar que se inicia un párrafo nuevo, se utilizara la sangría anteriormente mencionada.
- 2.4. En cuanto al uso de viñetas, solo será permitido el uso del punto. No se puede utilizar otro tipo de viñeta.
- 2.5. El título debe estar en Español e Inglés y su extensión para ambos casos (Español e Inglés) no podrá superar 20 palabras, debajo aparecerán los nombres y apellidos de los autores (nota al pie de la página, los títulos académicos, afiliación institucional y localidad), junto con su respectivo correo electrónico.

2.6. Se debe escribir el resumen en español y en inglés con una longitud máxima de 250 palabras en un solo párrafo. Posterior al resumen se esperan las palabras claves, las cuales deberán estar en español e Inglés, sin negrita, en minúsculas (Excepto los acrónimos y siglas) y su número mínimo aceptado es de (5) y el máximo (10). El resumen contiene los aspectos esenciales del artículo de manera breve y concisa con el objeto de que el lector identifique la esencia del documento.

2.7. La extensión del artículo debe ser mínima de 8 páginas y máxima de 20. (Extensiones menores o mayores conllevaran a la no evaluación del artículo).

2.8. Para la numeración de páginas, se deberá comenzar por la primera hoja, es decir por la hoja donde se encuentra el título. Se utilizarán números 1,2,3...

- La numeración debe ir en la parte inferior derecha

2.9. La redacción del texto debe realizarse en forma impersonal, con la siguiente estructura:

- **Introducción:** Consiste en un texto organizado y atractivo para el lector, que expone una visión general del contexto, explicando el problema partiendo de lo general a lo específico y resolviendo la hipótesis del estudio. En ésta también se expone de forma sintetizada la importancia de la investigación y cómo dicha investigación se relaciona con el medio. En la introducción se deja clara la respuesta de que, por qué y para qué la investigación.
- **Metodología:** Se describe el diseño de la investigación y se explica cómo se llevó a la práctica. La elección de los métodos, técnicas e instrumentos, se deben justificar.
- **Resultados:** Se mencionan los resultados del estudio, resaltando los hallazgos relevantes, inclusive si estos son contrarios a los objetivos propuestos. Deben presentarse utilizando texto, tablas e ilustraciones.
- **Conclusiones:** Se requiere examinar las implicaciones de los hallazgos, sus limitaciones y sus proyecciones en futuras investigaciones. Estas deben estar enlazadas con los objetivos planteados y los resultados encontrados. Las conclusiones son el resultado de recabar sobre el tema del problema investigación propia en la que se deja claro lo encontrado, las limitaciones y en algunas ocasiones se pueden incluir o abrir la puerta a los trabajos futuros acordes al problema planteado.

2.10. Las figuras e imágenes deben tener alta resolución (300 dpi) y deben estar tituladas y citadas en la parte inferior si no son de propiedad del autor del artículo. Estos títulos deben estar centrados y enumerados correlativamente con letra Times New Roman cursiva a tamaño 11. Deben enumerarse con números arábigos de acuerdo con el orden de aparición. (Figura 1, Figura2, ...)

2.11. Las tablas también deben enumerarse con números arábigos de acuerdo con su orden de aparición y contener los títulos y citas correspondientes (Si hay lugar) de acuerdo con las normas APA.

- 2.12. Evitar las notas de pie de página; en caso de ser muy necesarias debe contener solamente aclaraciones o complementos del trabajo que, sin afectar la continuidad del texto, aporten información adicional que el autor considere indispensable incluir.

3. CITACIONES Y REFERENCIAS

Las referencias bibliográficas corresponderán a los textos citados o referenciados en el cuerpo del artículo y sólo aparecerán al final del mismo; cada cita y referencia debe cumplir con la última versión de las Normas APA (Sexta Edición). A continuación, se indican criterios importantes (para más información consultar la Norma APA Sexta Edición):

3.1. Citas en el texto

Dentro del texto las citas se efectuarán con el sistema parentético (Apellido, año, p. xx; p. ej. Rodríguez, 2005, p. 23).

Si la obra tiene más de dos autores, se cita la primera vez con todos los apellidos. En las menciones subsiguientes, sólo se escribe el apellido del primer autor, seguido de la frase et al.

Ej: Los algoritmos implementados en los métodos de control avanzado fueron experimentados en 1988 por Molina, Pérez y Castro. (Quiroga, De La Manchada, Turco, 2008).

Ej: En cuanto al desempeño de un motor fuera de borda controlado multi-aleatoriamente, Quiroga et al. (2008) encontraron que su rendimiento es directamente proporcional a la temperatura.

Si son seis o más autores, se utiliza et al. Desde la primera mención.

Citas con siglas o abreviaturas: En la primera citación, se utiliza el nombre completo de la organización acompañado de la sigla o acrónimo y en textos siguientes es opcional utilizar sólo la abreviatura (Sigla o acrónimo).

3.2. Lista de Referencias

Una lista de referencias incluye sólo las fuentes que sustentan la investigación y que se utilizaron para la preparación del artículo. Estas deben tener un orden alfabético por la primera letra de la referencia y si son obras de un mismo autor se ordenan cronológicamente.

Es importante tener en cuenta que cada referencia tiene el formato de párrafo francés (hanging indent) y a espacio y medio.

• Libros.

Apellido, Nombre (año). *Título*. Ciudad: Editorial.

Senge, P. (1992). *La quinta disciplina*. Buenos Aires: Granica.

- **Ensayos dentro de compilaciones.**

Apellido, Nombre (año). Título del ensayo. En Nombre Apellido (Eds.)/(comps.), *Título del libro* (rango de páginas citado). Ciudad: Editorial.

González, F. (1998). La violencia política y las dificultades de construcción de lo público en Colombia: una mirada de larga duración. En F. Arocha y M. Jimeno I (Eds.), *Las violencias: inclusión creciente* (pp. 309-330). Bogotá: Facultad de Ciencias Humanas-Universidad Nacional.

- **Artículos de revistas.**

Apellido, Nombre (año). Título del artículo. Nombre de la revista, volumen (número), rango de páginas citado.

Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *The Academy of Management Review*, 10 (4), 1290-1315.

- **Ponencias y comunicados en congresos.**

Apellido, Nombre (año). *Título de ponencia o comunicado*. En Nombre Apellido. (Ed.), Título del evento (rango de páginas citado). Ciudad: Editorial.

Rocha, A. (1999). *Innovación empresarial: un nuevo enfoque de desarrollo*. En A. Balbuena (Ed.), Memorias del IV Simposio de Integración Financiera (pp. 50-75). Bogotá: Panamericana.

- **Conferencias.**

Apellido, Nombre (año, mes). *Título*. Documento presentado en... Ciudad, País.

Garzón, J. C. (2000, marzo). *Más allá de las decisiones económicas*. Documento presentado en la II Jornada de Análisis Económico, La Habana, Cuba.

- **Publicados.**

Apellido, Nombre (año). *Título*. Ciudad: Entidad encargada, N° de páginas.

Iragori, F. y Rodríguez, M. (2004). *Reportes de auditoría interna*. Sevilla: Oficina Nacional de Registros, 56 p.

- **No publicados.**

Apellido, Nombre (año). *Título*. Manuscrito no publicado.

Irragori, F. y Rodríguez, M. (2004). *Reportes de auditoría interna*. Manuscrito no publicado, 80 p.

- **Internet.**

Apellido, Nombre (año). *Título*. Recuperado de dirección electrónica.

Departamento Nacional de Planeación (2003). *Cifras de violencia 1996-2002*. Recuperado de http://www.dnp.gov.co/paginas_detalle.aspx?idp=562.

Semana.com (2004, February 15). *Los colombianos de hoy*. Recuperado de: <http://www.semana.com/opencms/opencms/Semana/articuloImpresion.html?id=76491>.

Procedimiento de análisis bancario (s.f.). Recuperado de <http://www.cc.ilt.columbia.edu/publications/papers/newwinel.htm>.

González, F. & Posada C. E. (2001, noviembre). Criminalidad, violencia y gasto público en defensa, justicia y seguridad en Colombia. *Revista de Economía Institucional*, 3 (4). Recuperado de <http://ideas.repec.org/s/rei/ecoins/html>.

4. PROCESO DE DICTAMEN

Fase 1: El artículo recibido será analizado por el Editor de la Revista, que realizará la selección de acuerdo a los criterios establecidos anteriormente. Una vez se tenga el artículo preseleccionado, pasará al Comité Editorial y en caso de ser aceptado será sometido a una revisión de por lo menos dos pares académicos evaluadores anónimos los cuales emitirán sus conceptos en forma separada para el autor acuerdo el formato propuesto para esto contados cuarenta y cinco (45) días a partir de la entrega.

Fase 2: Si el concepto de los pares académicos evaluadores es favorable, el artículo se remite nuevamente al autor para que realice las correcciones a las que haya lugar.

Fase 3: Finalmente el Editor presenta ante el Comité Editorial el artículo revisado y tomará la decisión para su publicación luego de haber recibido el formato de aceptación a publicar por parte del autor. Además, una vez aceptado el artículo para su publicación, el autor transferirá los derechos patrimoniales a la EFIM por medio de un Acta de Sesión de Derechos, de acuerdo con lo estipulado por la Dirección Nacional de Derechos de Autor de Colombia. El Comité Editorial entiende que las opiniones expresadas por los autores son de su exclusiva responsabilidad.

Escuela de Formación de Infantería de Marina
Carretera Troncal. Km.1.Via Santa Cruz De Lorica
Coveñas - Sucre

