

Revista Saber, Ciencia y Libertad

En Germinación

DERECHOS ECONÓMICOS, SOCIALES Y CULTURALES. GRUPO DE INVESTIGACIÓN: JUSTICIA Y DESARROLLO HUMANO

ANÁLISIS DE LA LEY 70 DE 1993, CUAL TIENE POR OBJETO RECONOCER LOS DERECHOS DE LAS COMUNIDADES NEGRAS DE LA CUENCA DEL PACÍFICO
Gabriel José Carraquilla Marrugo

ARMERO, UNA HISTORIA HECHA CENIZA: PREGUNTAS QUE QUEDARON EN EL OLVIDO
Anays del Pilar López Catuá

COLOMBIA UNA HISTORIA DE GUERRILLAS
Lina Fernanda Guardo Guerra

CONTENIDOS ERÓTICOS POR MEDIO DE DISPOSITIVOS MÓVILES
Paula Vanessa Pinzón Chala

ANÁLISIS SOBRE EL CRECIMIENTO ECONÓMICO EN COLOMBIA: PERSPECTIVAS
Brigith Paola Piñeres Pérez

DIGNIDAD, RESPETO E IGUALDAD HUMANA EN FUNCIÓN A LOS DIÁLOGOS DE PAZ
William Mark Medrano Pérez

EL CRIMEN, "JUEGO DE NIÑOS". MIRADA A LA RESPONSABILIDAD PENAL PARA ADOLESCENTES
Nicolai Moreno Pérez

ENTRE EL POSTCONFLICTO Y LA BUSQUEDA DE LA PAZ: RETOS PARA LA SOCIEDAD COLOMBIANA
Danna Sofía Aguilar Leemow

ESTATUTO DEL TRABAJO
Daniel Vargas Porras

IMPACTO DE LA LEY 1819 DEL 2016 EN EL EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN COLOMBIA
Tianna Thalía Moreno Pérez

LA JURISDICCIÓN ESPECIAL PARA LA PAZ, COMO MEDIO DE RESOLUCIÓN JURÍDICA Y POLÍTICA DEL CONFLICTO ARMADO EN COLOMBIA
Marian Ortiz Rangel

LA LIBRE EXPRESIÓN Y EL PERJUICIO DE LLEGAR A LOS EXTREMOS
Yeluxa Castillo Contreras

MONOPOLIZACIÓN DEL PODER POLÍTICO E IDEOLÓGICO POR LOS PARTIDOS TRADICIONALES
María José Cuevas Flórez

EL MOVIMIENTO ESTUDIANTIL QUE PRODUJO UNO DE LOS CAMBIOS CONSTITUCIONALES MÁS IMPORTANTES EN LA HISTORIA DE COLOMBIA: LA SÉPTIMA PAPELETA
Sofía del Carmen Ayubá Ladous

DE LAS NECESIDADES A LOS DERECHOS
Valeria Diazgranados Alean

POBREZA Y DESIGUALDAD POR VÍAS POLÍTICAS Y SOCIALES
Camila Andrea Blanco Edna

TRABAJO INFANTIL: LA DECADENCIA DE LA NIÑEZ
Jhan Eyder Valencia Morales

UNA COLOMBIA SEGURA Y PACÍFICA, NO ES MÁS UNA UTOPIA
Carolina Morales Machacón

EMPRESA Y SOCIEDAD

UNA MIRADA A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. CASO DE LA COMPAÑÍA ECOPETROL S.A.
Adriana García

LA IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS ORGANIZACIONES
Sebastián Alzate, Giovanni Durán, Nicoll Huérfano, Daniel Márquez, Aryaneth Pérez, Jaime Pérez y Camilo Serna

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO BASADO EN LAS NECESIDADES DE LAS EMPRESAS EN COLOMBIA
Tatiana Castaño Londoño, Juan Pablo Corrales Ramírez y Oswaldo Marrugo

LA IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y EL IMPACTO SOBRE LOS RECURSOS AMBIENTALES
Mary Carmen Rodríguez Royeth, María José Nuñez Almertero, Liliana Durango Castillo, Leydi Vanessa Madrid Medina y Natalia Taboada Salcedo

POSICIONAMIENTO DE MARCA Y LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR. CASO EMPRESA DE COMIDA RÁPIDA, SUBWAY
Camila Cabeza Olier y Gabriela Coronel González,

TRAS LOS RASTROS DE LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN LAS ORGANIZACIONES MÁS VALIOSAS DEL MUNDO
Helena Sofía Díaz Moreno, María Alejandra Hurtado Malo, Juliana Andrea Giraldo Castaño, Juan Camilo Burgos Anaya y Rosicela Cassiani Angulo

TEORÍA CONTABLE Y FINANCIERA

EL CONTADOR Y EL ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS EN LAS ORGANIZACIONES
Mishelle Arzuza Medrano y Eduardo Morales Castillo

MARKETING

MARKETING TURÍSTICO COMO ESTRATEGIA EN LA GERENCIA COMERCIAL DE LA EMPRESA CONTACTOS S.A.S
Yulis Isabel Castro

EL MARKETING DIGITAL COMO APOYO EN LA CONSECUCCIÓN DE CLIENTES. CASO JUAN VALDEZ CAFÉ
Julia Fonseca Villamizar

IMPACTO DEL MARKETING TURÍSTICO EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE CARTAGENA DE INDIAS
Laura Delgado y Katherin Doría

FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE EN SUPERMERCADO OLÍMPICA PIE DE LA POPA A TRAVÉS DEL MARKETING DE SERVICIO
Yesid Romero Orozco

LOGÍSTICA Y GESTIÓN INTERNACIONAL

ANÁLISIS DE MEJORAMIENTO PARA LA LOGÍSTICA EXTERNA DE LA EMPRESA MUEBLES JAMAR S.A
Daniela Puella Quirós



UNIVERSIDAD LIBRE
SEDE CARTAGENA



Revista

Saber, Ciencia y Libertad

En Germinación

Volumen 10. Julio de 2017
Cartagena de Indias - Colombia

Universidad Libre, Sede Cartagena

SABER, CIENCIA Y LIBERTAD
En Germinación

Autores Varios
ISSN: 2011-8562

Asistente Editorial
María José Cuevas Flórez

Diagramación e Impresión:

Alpha Editores
Bosque, Tv. 51 # 20-109
Tels.: 57-5 672 2518
E-mail: comercial@alpha.co
www.alpha.co

Cartagena de Indias, Bolívar, Colombia

La obra está amparada por las normas que protegen los derechos de propiedad intelectual.

Se autoriza su reproducción total o parcial de su contenido citando la fuente.

Los artículos son de responsabilidad exclusiva de sus respectivos autores y no comprometen a la Revista ni a la Universidad Libre.

La remisión de los artículos a la Universidad y/o al Editor implica la cesión de derechos y su lectura debe hacerse bajo la perspectiva de su condición de semilleros.

Impreso en Colombia
2017

Consejo Editorial

Antonio Barrera Carbonell
Damaso Rodríguez Portillo
Martín Alonso de Mares Salas

Editores

Oswaldo Ortíz Colón (Derecho)
Teofilo Omar Boyano Fram (FACEAC)

UNIVERSIDAD LIBRE

DIRECTIVOS NACIONALES 2017

Presidente

Jorge Alarcón Niño

Rector

Fernando Dejanon Rodríguez

Censor

Ricardo Zopo Méndez

Decano Facultad de Derecho

Carlos Arturo Hernández

Decano Facultad de Contaduría

Clara Inés Camacho Roa

DIRECTIVOS SECCIONALES 2017

Presidente - Delegado Rector

Antonio Barrera Carbonell

Secretario General

Luis María Rangel Sepúlveda

Director Administrativo y Financiero

Arturo Rincón Ortíz

Decano de la Facultad de Derecho

Dámaso Rodríguez Portillo

Secretario Académico Facultad de Derecho

Efraín Bohórquez Ruiz

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Martín de Mares Salas

Coordinadora Administración de Empresas

Rosario Cuadrado Álvarez

Directora Centro de Investigaciones

Zilath Romero González

CONTENIDO

EDITORIAL 7

DERECHOS ECONÓMICOS, SOCIALES Y CULTURALES GRUPO DE INVESTIGACIÓN: JUSTICIA Y DESARROLLO HUMANO

ANÁLISIS DE LA LEY 70 DE 1993, CUAL TIENE POR OBJETO RECONOCER LOS
DERECHOS DE LAS COMUNIDADES NEGRAS DE LA CUENCA DEL PACÍFICO 11
Gabriel José Carrasquilla Marrugo

ARMERO, UNA HISTORIA HECHA CENIZA: PREGUNTAS QUE QUEDARON EN
EL OLVIDO 18
Anays del Pilar López Cotuá

COLOMBIA UNA HISTORIA DE GUERRILLAS 22
Lina Fernanda Guardo Guerra

CONTENIDOS ERÓTICOS POR MEDIO DE DISPOSITIVOS MÓVILES 28
Paula Vannesa Pinzón Chala

ANÁLISIS SOBRE EL CRECIMIENTO ECONÓMICO EN COLOMBIA: PERSPECTIVAS 32
Briggith Paola Piñeres Pérez

DIGNIDAD, RESPETO E IGUALDAD HUMANA EN FUNCIÓN A LOS DIÁLOGOS DE PAZ 37
William Mark Medrano Pérez

EL CRIMEN, “JUEGO DE NIÑOS”. MIRADA A LA RESPONSABILIDAD PENAL
PARA ADOLESCENTES 42
Nicolai Moreno Pérez

ENTRE EL POSTCONFLICTO Y LA BUSQUEDA DE LA PAZ: RETOS PARA LA
SOCIEDAD COLOMBIANA 46
Danna Sofía Aguilar Leemow

ESTATUTO DEL TRABAJO 50
Daniel Vargas Porras

IMPACTO DE LA LEY 1819 DEL 2016 EN EL EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO 53
EN COLOMBIA
Tianna Thalía Moreno Pérez

LA JURISDICCIÓN ESPECIAL PARA LA PAZ, COMO MEDIO DE RESOLUCIÓN JURÍDICA Y POLÍTICA DEL CONFLICTO ARMADO EN COLOMBIA <i>Marian Ortiz Rangel</i>	56
LA LIBRE EXPRESIÓN Y EL PERJUICIO DE LLEGAR A LOS EXTREMOS <i>Yeluxa Castillo Contreras</i>	61
MONOPOLIZACIÓN DEL PODER POLÍTICO E IDEOLÓGICO POR LOS PARTIDOS TRADICIONALES <i>María José Cuevas Flórez</i>	65
EL MOVIMIENTO ESTUDIANTIL QUE PRODÚJO UNO DE LOS CAMBIOS CONSTITUCIONALES MÁS IMPORTANTES EN LA HISTORIA DE COLOMBIA: LA SÉPTIMA PAPELETA <i>Sofía del Carmen Ayubb Ladeus</i>	69
DE LAS NECESIDADES A LOS DERECHOS <i>Valeria Diazgranados Alean</i>	74
POBREZA Y DESIGUALDAD POR VIAS POLÍTICAS Y SOCIALES <i>Camila Andrea Blanco Edna</i>	78
TRABAJO INFANTIL: LA DECADENCIA DE LA NIÑEZ <i>Jhon Eyder Valencia Morales</i>	81
UNA COLOMBIA SEGURA Y PACÍFICA, NO ES MÁS UNA UTOPIÍA <i>Carolina Morales Machacón</i>	85

EMPRESA Y SOCIEDAD

UNA MIRADA A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. CASO DE LA COMPAÑÍA ECOPEPETROL S.A. <i>Adriana García</i>	95
LA IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS ORGANIZACIONES <i>Sebastián Alzate, Giovanni Durán, Nicoll Huérfano, Daniel Márquez, Aryaneth Pérez, Jaime Pérez y Camilo Serna</i>	102
GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO BASADO EN LAS NECESIDADES DE LAS EMPRESAS EN COLOMBIA <i>Tatiana Castaño Londoño, Juan Pablo Corrales Ramírez y Oswaldo Marrugo</i>	106

LA IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y EL 110
IMPACTO SOBRE LOS RECURSOS AMBIENTALES
*Mary Carmen Rodríguez Royeth, María José Nuñez Almentero, Liliana Durango Castillo,
Leydi Vanessa Madrid Medina y Natalia Taboada Salcedo*

POSICIONAMIENTO DE MARCA Y LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR. CASO 113
EMPRESA DE COMIDA RÁPIDA, SUBWAY
Camila Cabeza Olier y Gabriela Coronel González,

TRAS LOS RASTROS DE LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN LAS 122
ORGANIZACIONES MÁS VALIOSAS DEL MUNDO
*Helena Sofía Díaz Moreno, María Alejandra Hurtado Malo, Juliana Andrea Giraldo Castaño,
Juan Camilo Burgos Anaya y Rosicela Cassiani Angulo*

TEORÍA CONTABLE Y FINANCIERA

EL CONTADOR Y EL ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS EN LAS ORGANIZACIONES 131
Mishelle Arzuza Medrano y Eduardo Morales Castillo

MARKETING

MARKETING TURÍSTICO COMO ESTRATEGIA EN LA GERENCIA COMERCIAL DE 137
LA EMPRESA CONTACTOS S.A.S
Yulis Isabel Castro

EL MARKETING DIGITAL COMO APOYO EN LA CONSECUCCIÓN DE CLIENTES. 143
CASO JUAN VALDEZ CAFÉ
Julia Fonseca Villamizar

IMPACTO DEL MARKETING TURÍSTICO EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD 153
DE CARTAGENA DE INDIAS
Laura Delgado y Katherin Doria

FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE EN SUPERMERCADO OLÍMPICA PIE DE LA POPA A 157
TRAVÉS DEL MARKETING DE SERVICIO
Yesid Romero Orozco

LOGÍSTICA Y GESTIÓN INTERNACIONAL

ANÁLISIS DE MEJORAMIENTO PARA LA LOGÍSTICA EXTERNA DE LA EMPRESA 163
MUEBLES JAMAR S.A
Daniela Puello Quiroz

EDITORIAL

“Es que para mí los 700 pesos que me dio mi mamá para venir a Bogotá siempre han sido un dilema en mi vida y me han impulsado a seguir adelante. Creo que aún no los he gastado.”¹

Antonio Barrera Carbonell

UN EJEMPLO A SEGUIR Y UNA META A SUPERAR PARA LOS SEMILLERISTAS

Antes de presentarse a la Universidad Libre, Sede Cartagena, el nuevo Presidente Delegado Rector, Abogado Antonio Barrera Carbonell, aquellos, quienes conocíamos su cronología académica y profesional, por haber llegado este, a la máxima meta que puede alcanzar un Abogado, amante del Derecho Público, cual es la de Presidente de la Corte Constitucional, guardamos la esperanza que desde lo académico nuestra sede tendrá un cambio para las futuras generaciones de Abogados, a quienes sus Docentes, día a día, dedican sus ingentes esfuerzos para que nuestra Alma Mater, siga posicionada como la más importante entre las Universidades, con Facultades de Derecho, de la ciudad de Cartagena.

En esa invaluable labor, muchas veces desconocida al Docente, y que con el pago del salario, se cree en forma errada, se compensa el indefinido tiempo dedicado a sus discentes, nacen nuevas generaciones de Abogados que con Honor se precian de decir, “out loud”, que son egresados de la Universidad Libre Sede Cartagena, al punto, que las especializaciones y maestrías que luego de su pregrado cursan, las estudian en nuestra misma universidad.

Dentro de las socializaciones académicas que hicimos en la asignatura de Introducción al Derecho, y al interior de los semilleros de investigación que coordinamos, a efectos de transversalizar los conceptos de lecto-escritura, como parte de la investigación formativa, luego de las obligadas lecturas de: los mandamientos del abogado, desiderata, la carta a García, qué es el derecho, el Alma de la Toga, etc, vimos necesario hacer un análisis del artículo del diario el Tiempo, denominado “ El Rostro Desconocido de Barrera”.²

La experiencia fue excelente por no decir estimulante y llena de emociones. Algunos (as) semilleras, entre los que recuerdo a Gabriel Carrasquilla Marrugo, dijo: “Todo lo que uno se propone en la vida, si se hace con disciplina y vocación se logra, el Doctor Barrera es un ejemplo para nosotros”. Y Katerin de la Parra Molina, Chica Unilibrista 2016-2017, manifestó: “Imagínese Maestro, entonces, dónde vamos a llegar nosotros, si él tenía solo 700 pesos y alcanzó tanto, nosotros que tenemos a nuestros padres en la ciudad y a ustedes, vamos a superarlo”. Liseth Santamaría Beleño, hoy egresada, adujo:

¹ <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-561216>. JOHN GUTIERREZ Redactor de EL TIEMPO 3 de marzo de 1997.

² *Ibid.*

“Dios hace de los seres humanos con carácter y sueños, personas únicas, que de cada un millón, uno rompe los paradigmas”. Y así cada uno fue expresando sus opiniones fundado en el artículo 18 y 20 constitucional, sin poder dejar de concluir, que algunos quedaron tan conmovidos, que silenciaron sus voces y los ojos se aguaron por apartes de la lectura. Hubiéramos querido escucharlos, pero tenían en ese momento derecho a callar y “expresarse en silencio y sentimientos intrínsecos”.

Para nuestra fortuna entonces, y ojala que no se materialice ese atávico concepto de que hay personas que “fracasan al triunfar”, esperamos que nuestros semilleristas sigan adelante con sus proyectos de investigación y sus coordinadores docentes sigan incentivándolos cada día, siendo conscientes que no ha sido fácil y que la plausible decepción por, en un principio no comprender con facilidad las asignaturas de metodología de investigación, en sus diferentes niveles o años académicos, no los haga desfallecer y por el contrario con el ejemplo de nuestro Rector y de los semilleristas, los demás estudiantes creen con sus metas a alcanzar, una virulenta pasión por la investigación.

Producto de esa vocación por la investigación, de contados estudiantes, hoy traemos con la Asesoría de la nueva Doctora en Educación, de nuestra Universidad Libre Sede Cartagena, quien funge como Directora del Centro de Investigación, de la Sede Cartagena, Zilath Romero González,³ un nuevo ejemplar de la Revista Saber, Ciencia y Libertad en Germinación.

Solo resta, en aras de una colaboración de apoyo académico, por parte de quienes a bien consultan nuestra Revista de Semilleros, pedirles que la lectura de los artículos, la hagan bajo la comprensión, que los escritores semilleristas, varios de ellos son estudiantes de primero y segundo año, aceptando por ende sugerencias, y que esta iniciativa por escribir, sea la génesis para que en el futuro sean autores probos de nuestra revista indexada.

Oswaldo Enrique Ortiz Colón.
ortizsantamariaabogados@gmail.com

3 <https://espanol.free-ebooks.net/ebook/Investigacion-para-Principiantes/pdf>.

DERECHOS ECONÓMICOS, SOCIALES Y CULTURALES

**GRUPO DE INVESTIGACIÓN: JUSTICIA
Y DESARROLLO HUMANO**

ANÁLISIS DE LA LEY 70 DE 1993, CUAL TIENE POR OBJETO RECONOCER LOS DERECHOS DE LAS COMUNIDADES NEGRAS DE LA CUENCA DEL PACÍFICO

Gabriel José Carrasquilla Marrugo¹

RESUMEN

El presente artículo aborda todos los elementos que corresponden a la creación, desarrollo y objetivos principales de la ley 70 de 1993, así como sus repercusiones sociales en nuestro país. Es conocido que en Colombia los temas de diversidad étnica o de moradores afro-colombianos no eran considerados de gran importancia en los campos político, social y cultural. Esto podemos sostenerlo basándonos en el argumento de que la anterior constitución, la de 1886, en ninguno de sus artículos hacía referencia a la presencia de estas comunidades.

De acuerdo a lo que nos concierne, el artículo transitorio 55 de la Constitución Política de Colombia le hace un llamado al Congreso de la República para la implementación de una nueva ley, para que sea ésta quien reconozca a las comunidades negras de la cuenca del pacífico el derecho a la propiedad colectiva, y así establecer mecanismos para la protección de la identidad cultural y de los derechos de las comunidades negras de Colombia como grupo étnico, obligando al Estado a crear mecanismos adecuados para que éstas puedan integrarse con el resto de la comunidad nacional.

PALABRAS CLAVE

Ley 70 de 1993, Constitución Política de 1991, Comunidades negras, Cuenca del Pacífico, Derecho a la propiedad colectiva.

ABSTRACT

This article addresses all the elements that correspond to the creation, development and main objectives of Law 70 of 1993, as well as its social repercussion in our country. It is known that in Colombia these issues of ethnic diversity or of Afro-Colombian residents were not considered of great importance in the political, social and cultural fields. This we can support based on the argument that the previous constitution, that of 1886, in none of its articles referred to the presence of these communities.

According to what concerns us, transitional article 55 of the Political Constitution of Colombia calls the Congress of the Republic for the implementation of a new law, so that it is the one that recognizes the black communities of the Pacific basin The right to collective property, and thus establish mechanisms for the protection of cultural identity and the rights of black communities of Colombia as an ethnic group, forcing the state to create adequate mechanisms so that they can integrate with the rest of the community national.

¹ Estudiante de segundo año de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad Libre (Cartagena). Perteneciente al Semillero 'Fuertes Raíces', dirigido por el profesor de Derecho Constitucional Colombiano, Oswaldo Enrique Ortiz Colón, quien también orienta este artículo.

KEYWORDS

Law 70 of 1993, Political constitution of 1993, black communities, Pacific rim, right to collective ownership.

INTRODUCCIÓN

Es nuestro deber tener presente que las comunidades afrodescendientes del pacífico colombiano por mucho tiempo no tuvieron un mayor reconocimiento. Incluso es válido aseverar que éstas eran invisibles frente a una sociedad que los consideraba esclavos, seres sin alma que no estaban dotados para realizar otro tipo de oficios que aquellos concernientes a la mano de obra tal cual como nos quiso dar a entender Walter Deán Myers en su obra “The Glory Field”.

La estructura jurídica que se estableció en la Constitución política de 1991 permitió que estas comunidades obtuvieran derechos de los que anteriormente no gozaban, razón por la cual se plasmó en la constitución, a través del artículo transitorio 55, la necesidad de crear una ley que le reconociera a dichas comunidades negras el derecho a la propiedad colectiva sobre las mismas áreas que había de marcar esta ley. Sin olvidar que la participación de los representantes elegidos por las comunidades involucradas; además, la misma ley establecería mecanismos para la protección de la identidad cultural y los derechos de esas comunidades, y el fomento de su desarrollo económico y social. Y de esta forma se abrió camino para que posteriormente diera lugar a la ley 70 de 1993, por medio de la cual se reconoció culturalmente a la población afro-colombiana.

PRINCIPAL PROBLEMA AL QUE BUSCA DAR SOLUCIÓN LA LEY 70 DE 1993

Con la aparición de esta ley, el principal problema a solucionar era la explotación y exclusión de los pueblos afrodescendientes en términos sociales, políticos y económicos, sin olvidar los términos culturales² que causaban baja calidad de vida

para estas comunidades. El difícil acceso de los grupos afrodescendientes a la educación, junto con las oportunidades laborales y su ausencia participativa en el sistema político de nuestro país, eran parte esencial de este problema; y a todo esto se sumaba la indiferencia de los ciudadanos frente a los problemas que poseía esta población.

Como respuesta o alternativa a todo lo anterior, se tiene la intención de proteger la identidad cultural de las comunidades afrodescendientes, buscando su desarrollo socioeconómico y cultural dentro de sus tradiciones, con apoyo gubernamental, para acabar con la discriminación sociopolítica de esta población en nuestro país, y dar lugar a la autonomía y participación de sus derechos al territorio. Esta política se encuentra materializada en la ley 70 de 1993, la cual les concede tierras colectivas a las comunidades afrodescendientes, además de que fortalece la propuesta etnoeducativa para preservar sus costumbres e impulsar proyectos socioeconómicos buscando promover el desarrollo de dichas costumbres.

Otro de los principales problemas es la etnoeducación en el país, la cual nace vinculada a las estrategias de desarrollo y calidad de vida de las comunidades en consideración del Proyecto Etnoeducativo Comunitario:

Es el componente educativo del Proyecto Global de Vida de los pueblos indígenas y afrocolombianos, el cual, puesto al servicio de la totalidad del Proyecto de Vida, constituyen los lineamientos generales que orientan los procesos pedagógicos. En este sentido, el proyecto Etnoeducativo fortalece, posibilita, dinamiza, coadyuva, forma al hombre para la vida, orienta los procesos culturales propios, es el pilar fundamental para desarrollar la capacidad de respuesta de las Comunidades.³ (Nacional, 1996, pág. 48)

solo en sus propios términos¹⁵ y constituye una suerte de matriz que da sentido a la actuación de los individuos en una sociedad.

² Ruth Benedict. En su obra *Patterns of culture* (1939), Benedict señala que cada cultura es un todo comprensible

³ MEN. *La Etnoeducación: realidad y esperanza de los pueblos indígenas y afrocolombianos*. 1996, p 48.

RESULTADOS QUE TRAJÓ LA IMPLEMENTACIÓN DE LA LEY 70 DE 1993

Es de vital importancia afirmar que, gracias al artículo transitorio 55 de la Constitución política, se promulgó la ley 70 de 1993.

Artículo transitorio 55. Dentro de los dos años siguientes a la entrada en vigencia de la presente Constitución, el Congreso expedirá, previo estudio por parte de una comisión especial que el Gobierno creará para tal efecto, una ley que les reconozca a las comunidades negras [...] La misma ley establecerá mecanismos para la protección de la identidad cultural y los derechos de estas comunidades, y para el fomento de su desarrollo económico y social.⁴ (ConstitucionColombia.com, s.f.)

Por medio de la implementación de esta ley, se aceptan a las comunidades negras como una pluralidad de individuos que, dentro de una sociedad mayor, se reparten antepasados putativos, al igual que unas prácticas tradicionales de producción que han permitido el manejo sostenible del medio ambiente y de una organización local autónoma. Pero también se implementa la creación de consejos comunitarios para obtener la titulación colectiva de las tierras de las comunidades negras.

Debemos incluir, al igual, la participación de los representantes de estas comunidades en el diseño, ejecución y coordinación de los programas, a fin de que estos respondan a todas sus necesidades y a la implantación de la cátedra de estudios afro-colombianos, para que se conozca y difunda el conocimiento de las prácticas propias de estas colectividades negras y sus aportes en la construcción de la cultura nacional. Debemos resaltar que es necesario reconocer la ley 397 de 1997; también la ley 795 de 2001, entre otras, puesto que han apoyado todos estos esfuerzos para la solución de esta problemática.

Esta ley plantea 5 condiciones básicas para que se dé una implementación efectiva de una política pública determinada. Esto, en la política de afrodescendientes, se observa en primera medida como una teoría sólida. A partir de la creación de la ley 70 de 1993 se dio el debido reconocimiento de las comunidades negras, partiendo de la cosmovisión ancestral que posee este grupo sobre la propiedad colectiva.

Como segunda condición a una ley bien concebida, cabe resaltar que, a partir de la promulgación de ésta, han venido surgiendo nuevas iniciativas en torno a garantizar una igualdad de derechos en las comunidades negras del país. La creación de una gran cantidad de leyes es muestra de las muchas fallas que presenta la ley de la cual estamos hablando, ya que, al momento de la implementación, se han visto una serie de características que no se tomaron en cuenta en el proceso de formulación. La tercera condición señala a las personas responsables, capacitadas y comprometidas con la puesta en marcha de esta ley. Cabe resaltar que esta política no tiene un tiempo determinado para su implementación, sino que es un proceso continuo, por esto se necesita evitar que reduzca el compromiso de los responsables en caso de no ver resultados inmediatos.

Con respecto a la cuarta condición se dice que es el apoyo político y social, la cual plantea que estas comunidades afrodescendientes los acobija una ley, pero no se cree que sea suficiente lo que esta propone, puesto que no se plasma a cabalidad las necesidades básicas que estas poseen.

Finalizando con esta lista de condiciones, la quinta nos habla del entorno favorable. En ésta se entiende que el anterior es claramente cambiante, por ende, se debe evitar cualquier tipo de medida que empeore a la comunidad afrodescendiente, algo muy difícil de realizar, ya que el país ha sido marcado por diferentes factores (tanto externos como internos) que han perjudicado de manera indirecta a los individuos que pertenecen a esta misma.

⁴ Artículo transitorio 55

Lastimosamente, la evaluación de esta política pública nunca arrojó resultados favorables, es evidente que han sido más comunes las limitaciones que sus alcances. Aun cuando se debe resaltar la importancia de haberse podido incluir en la agenda, y visualizar el problema de las comunidades negras, los resultados se han alejado cada vez más de lo planteado, el monitoreo del mismo parece quedar relegado a los intereses de algunos que han incumplido con lo estipulado, pero, a fin de cuentas, lo único que busca es preservar y defender los derechos que estas comunidades obtuvieron hace más de 20 años.

LAS COMUNIDADES NEGRAS DE LA CUENCA DEL PACÍFICO Y LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE 1991

Podemos afirmar que, a partir del surgimiento de la constitución política de 1991, Colombia comenzó a identificarse como un estado social de derecho. Junto a ello vino un pluralismo y una democracia participativa.

Uno de los grandes logros de la constitución de 1991, fue haber podido introducir en su contenido nuevos conceptos y principios, mediante los cuales se busca lograr una integración mucho más sólida entre Estado y Sociedad, pues, a fin de cuentas, la razón de ser del estado son los miembros de la sociedad que lo conforman. Al respecto es importante destacar el contenido de una parte de su articulado, en el cual se pone de manifiesto el interés del constituyente, por lograr un Estado con un equilibrio social mucho más significativo.⁵ (Murillo, 2004)

Debe preponderar la idea de que la constitución de 1991 trajo consigo una serie de concepciones (o, en su defecto, distintos criterios) y que tal es el caso de la democracia participativa, el pluralismo y un Estado Social de Derecho. A su vez esto acarrea la protección étnica y cultural de la nación, poniendo en práctica tales conceptos que para aquel entonces solo se consideraban nuevos ideales.

Sería muy importante tomar como una pieza clave el Art. 1° de la Constitución política de nuestro país, el cual hace referencia a lo siguiente:

Artículo 1o. Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.⁶ (CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA 1991, 1991, pág. 6)

Al momento de hablar de la relación que existe entre sociedad y estado, deducimos que es el procedimiento donde todos los ciudadanos y sin olvidar a las instancias públicas realizan un enlace entre sí en un ámbito de confianza, con la intención de promocionar políticas públicas, donde la participación del pueblo se limite en el diseño, ejecución y monitoreo de los programas de gobierno mencionados, para así resguardar la transparencia y eficiencia de los mismos.

De acuerdo a lo anterior, el Estado es visto como “un conjunto de relaciones sociales que establece cierto orden en un territorio determinado que es respaldado con una garantía coercitiva centralizada y que se expresa como legalidad y como agente legitimado del interés común”⁷. (O’Donnell, 1993)

Debemos tener en cuenta y no menoscabar que, al referirnos a Estado Social de Derecho, tenemos completa plenitud para afirmar que este término es más profundo que la concepción nombrada anteriormente, y la explicación principal a esto es que no basta con afirmar “Estado de Derecho”, sino también la definición de “Estado Social” puesto que trae consigo el reconocimiento obligatorio a la dignidad humana.

6 Art. 1° Constitución Política de la Republica de Colombia. 1991. Pág. 6.

7 O’Donnell, Guillermo Alberto. 1995. P.308. DE: BOLIVAR. 1998. P.112.

5 El impacto de las comunidades negras del departamento del Chocó.

Continuando con el tema, debemos esclarecer que “el respeto por los derechos humanos, de un lado, y el acatamiento de unos principios rectores de la actuación estatal, por otro, constituyen las consecuencias prácticas de la filosofía del Estado Social de Derecho”⁸. (Pérez Escobar, 1997, pág. 2) Lo citado anteriormente, se refiere de manera puntual al respeto que todos le debemos a los derechos humanos, de esta manera el autor se dirige a la dignidad humana como derecho adquirido de manera individual y colectiva, gracias a que forma parte de un Estado Social de Derecho.

La praxis de todos estos temas enmarcados toma vuelo al momento en que el estado nota oportuno o favorable aquellas condiciones adecuadas para impedir que los integrantes de dichas comunidades negras sufran masacres, desplazamientos y desapariciones, y no solo eso, sino también aquel momento en que el Estado reconoce el derecho que tienen todas las comunidades negras de recibir apoyo para su desarrollo integral. “La democracia participativa, como eje central de la carta magna, se convierte en un concepto que trasciende más allá de una simple interpretación, pues esta, cuenta con un importante elemento de apoyo como es el pluralismo, que debe ser entendido tanto a nivel político como a nivel cultural y étnico”⁹. (Fals Borda, Soberanía popular y democrática en Colombia, 1991, págs. 46-47)

Todo esto trae consigo un porcentaje de probabilidad, y es este quien la permite a los ciudadanos su participación de manera directa en la toma de decisiones, utilizando una serie de mecanismos como lo es la consulta popular y el referendo.

Tomando en cuenta el concepto que nos brinda Fals Borda.

Ser plural implica reconocer el protuberante hecho de que las formas de vida son

8 Pérez Escobar, Jacobo. Derecho Constitucional Colombiano. Temis: Bogotá. 1997. Pág. 2.

9 Fals Borda, Orlando. Soberanía popular y democrática en Colombia. Pág. 46- 47.

diversas. Esto permite entender la regla de oro del pluralismo: Unidad en la Diversidad. El pluralismo permite que exista un contacto cultural el cual, hace crecer y transformar la sociedad por el contrapunto, constructivo o destructivo, de sus diferencias. [...] Colombia no es la excepción; al contrario, es un caso claro de combinación de orígenes¹⁰. (Fals Borda, 1996, pág. 47)

Retomando el tema de la población afrodescendiente, podemos decir que esta nos lleva a tratar el concepto de democracia participativa, lo cual es de vital importancia, puesto que esta misma le da vía libre a las comunidades mencionadas anteriormente para que estas puedan tener voz en aquellos actos que afectan a toda la comunidad, y así mismo les permita ejercer de manera directa una participación en los temas de la nación.

Con el pasar del tiempo, paso a paso podríamos tener una definición concreta de lo que se llama comunidad étnica, y así mismo entender que esta no está restringida ni ceñida a todos los actos que los miembros de estas comunidades realicen para resolver los problemas de reivindicación racial, sino más que todo veremos que se extiende a la reivindicación de los derechos sociales, políticos y económicos, que se encuentran en el articulado de nuestra constitución política, solamente por el simple hecho de ser parte de una comunidad política que se conoce como Estado.

PRINCIPIOS EN LOS QUE SE FUNDAMENTA LA LEY 70 DE 1993

Debemos tener presente que la ley 70 de 1993, en su capítulo II, artículo 3, señala los principios en los cuales esta se fundamenta. Y para ser más preciso, ésta menciona lo siguiente:

ARTÍCULO 3. La presente ley se fundamenta en los siguientes principios:

1. El reconocimiento y la protección de la diversidad étnica y cultural y el derecho a la

10 Fals Borda. 1996. Pág. 47.

igualdad de todas las culturas que conforman la nacionalidad colombiana.

2. El respeto a la integralidad y la dignidad de la vida cultural de las comunidades negras.

3. La participación de las comunidades negras y sus organizaciones sin detrimento de su autonomía, en las decisiones que las afectan y en las de toda la Nación en pie de igualdad, de conformidad con la ley.

4. La protección del medio ambiente atendiendo a las relaciones establecidas por las comunidades negras con la naturaleza¹¹ (D.C., 1993)

CONCLUSIONES

Realizando un respectivo análisis a la ley 70 de 1993, podemos decir que tenemos claro que ésta fue promulgada por ese cuerpo colegiado que conocemos como Congreso de la Republica. Dicho proyecto de ley, propuesto por el Gobierno de nuestro país, presentaba un objetivo único: poner en marcha el Art. 55 transitorio de la Constitución política de 1991. Si nos fijamos bien, podremos darnos cuenta que esta ley en su Art. 1° establece lo siguiente: tiene por objeto reconocer a las comunidades negras que han venido ocupando tierras baldías en las zonas rurales ribereñas de los ríos de la Cuenca del Pacífico, de acuerdo con sus prácticas tradicionales de producción, el derecho a la propiedad colectiva, de conformidad con lo dispuesto en los artículos siguientes. Así mismo, tiene como propósito establecer mecanismos para la protección de la identidad cultural y de los derechos de las comunidades negras de Colombia como grupo étnico, y el fomento de su desarrollo económico y social, con el fin de garantizar que estas comunidades obtengan condiciones reales de igualdad de oportunidades frente al resto de la sociedad colombiana.

Debemos tener en cuenta que, en el periodo de gestación de esta ley, se han llevado a

cabo una serie de decretos que traen consigo normas o reglas, podemos afirmar que los más importantes entre todos estos son el Decreto 1745 de 1995 y el Decreto 2248 de 1995. Siendo más profundos y explicativos, mencionamos que el 1745 reglamenta los concejos comunitarios y lo relacionado con la titulación colectiva. Por su parte, el segundo, el 2248 establece la reglamentación para el funcionamiento de las organizaciones de Base, las Comisiones Consultivas Departamentales, Regionales y del Distrito Capital finalizando con la Comisión Consultiva de Alto nivel.

Extrayendo datos estadísticos, es válido afirmar que, entre el tiempo comprendido 1995 a 2003, se han llevado a cabo los decretos mencionados anteriormente, y estos han arrojado los siguientes resultados; en el Departamento del Chocó se han creado 41 Organizaciones Base y 43 Consejos Comunitarios; del mismo modo, en todas las poblaciones de los moradores afro-colombianos se han dado 19 títulos colectivos que son equivalentes a 591.908 hectáreas trayendo beneficios a 2558 familias pertenecientes a estas comunidades afrodescendientes del pacífico colombiano. Y con esto podemos decir que es la manera en que se lleva a cabo la norma concerniente a la titulación colectiva.

Podemos afirmar que la ley 70 de 1993 no ha engendrado permutaciones de mayor relevancia para los afrodescendientes que se encuentran ubicados en las zonas riverieñas de la cuenca del pacífico. Viéndolo desde un punto de vista que influya en el desarrollo económico y social, debemos admitir que esta ley, en un mañana no muy lejano, y con una puesta en práctica adecuada, se podrá transformar en una herramienta de gran importancia para estas comunidades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA 1991. (1991). En *CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA 1991* (pág. 6). BOGOTÁ: ATENEA LTDA.

¹¹ Principios en que se fundamenta la ley 70 de 1993.

2. *ConstitucionColombia.com.* (s.f.). Obtenido de <http://www.constitucioncolombia.com/disposiciones-transitorias/capitulo-8/articulo-435>
3. D.C., P. d. (27 de 8 de 1993). *Consulta de la Norma* . Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal.jsp?i=7388>
4. Fals Borda, O. (1991). *Soberania popular y democratica en Colombia*. Ediciones Foro Nacional Colombia.
5. Fals Borda, O. (1996).
6. Murillo, J. J. (20 de febrero de 2004). *EL IMPACTO DE LA LEY 70 DE 1993 EN LAS COMUNIDADES NEGRAS DEL DEPARTAMENTO DE CHOCÓ*. Obtenido de <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2004/112497.pdf>
7. Nacional, C. M. (1996). La etnoeducación: realidad y esperanza de los pueblos indígenas y afrocolombianos, lineamientos de etnoeducación y proyectos etnoeducativos institucionales. En C. M. Nacional, *La etnoeducación: realidad y esperanza de los pueblos indígenas y afrocolombianos, lineamientos de etnoeducación y proyectos etnoeducativos institucionales* (pág. 82). Santa Fé de Bogotá: El Ministerio.
8. O'Donnell, G. A. (1993). Estado, democratización y ciudadanía. *Nueva Sociedad*, 25.
9. Pérez Escobar, J. (1997). *Derecho Constitucional Colombiano*. BOGOTÁ: TEMIS.

ARMERO, UNA HISTORIA HECHA CENIZA: PREGUNTAS QUE QUEDARON EN EL OLVIDO

Anays del Pilar López Cotuá¹

RESUMEN

El presente artículo busca recordar y plasmar preguntas de un tema que no se le dio la suficiente importancia en Colombia, al mismo tiempo quiere generar una conciencia frente a la dejadez de nuestros gobernantes ante situación que afectan directamente al país y lo fácil que es cubrir o dejar en tabú un tema en los que ellos fueron principal promotor.

PALABRAS CLAVE

Gobierno, Armero, Niños, Alcalde, Tragedia, Negligencia.

ABSTRACT

The present articulated search to remember and to capture questions of a topic that one did not give him enough importance in Colombia, at the same time he wants to generate a conscience opposite to the slovenliness of our governors before this situation that they affect straight to the country and how easy it is to cover or to leave in taboo a topic in those who were a mainpromoter.

KEYWORDS

Government, Armero, Children, Mayor, Tragedy, Negligence.

INTRODUCCIÓN

Armero, tercera población más grande del departamento del Tolima, era un importante centro agrícola con capacidad de producir más de la quinta parte del arroz de Colombia, además del algodón, sorgo y café, se le puede atribuir esta fertilidad a la cercanía con el Nevado del Ruiz, siendo este también promotor principal de su desaparición. El Nevado del Ruiz había experimentado varias erupciones al transcurrir de los años, donde dejó un sin número de personas heridas y fallecidas, pero la explosión del 13 de noviembre de 1985 fue sin duda alguna el fin para esta población, arrasando así más de veintitrés mil (23000) vidas, y llevando a la desaparición de la infraestructuras de la población. La tragedia de Armero, como así se le llama, es el suceso en la historia de Colombia que ha quedado en el corazón de los habitantes de esta Nación y en la historia de la misma. Pero ¿Qué tanto nos han hablado del tema? o ¿Cuántas medidas de prevención se han utilizado para que una tragedia así no se vuelva a presentar? La erupción del Nevado de Ruiz del 13 de noviembre de 1985, no solamente perjudicó directamente a la población de Armero si no a las poblaciones vecinas y a la Nación entera.

Armero había sido una población, a pesar de ser contribuyente al país, muy descuidada, solo se escuchó de esta al momento de la tragedia como víctima de “fenómeno natural” no siendo esto

¹ Estudiante del Programa de Derecho de la Universidad Libre, Sede Cartagena. Artículo orientado por el profesor Oswaldo Ortiz Colón.

cierto, y ahora sin duda alguna es un tabú para muchos colombianos, dejando atrás el número de niños, adultos y ancianos víctimas de este “fenómeno” podemos decir que Armero es una historia hecha cenizas.

En este artículo, mediante interrogantes intentaremos responder esos enigmas que se formularon tras el acontecimiento del 13 de noviembre de 1985.

¿EL GOBIERNO DESTRUYÓ ARMERO?

Cuando nos encontramos con una tragedia como lo sucedido con la población de Armero, una desventura que quedó como cenizas para la historia en Colombia. Los interrogantes como ¿Qué derechos se vulneraban en ese momento? o sencillamente ¿se tomaron en cuenta el derecho a la vida de estos habitantes? ¿Se tomaron las medidas necesarias? o ¿Por qué no se hizo nada para enseñarle a la población de Armero pautas para evacuar ante cualquier incidente? ¿Qué posición tuvo el estado frente a este “fenómeno natural?”. Interrogantes que pasan por nuestra cabeza que no pueden ser resueltos, pero, ¿Por qué permitimos que este suceso se convirtiera en ceniza? ¿Qué paso con las millones de víctimas que aún viven de la tragedia? Aquí se nota claramente la negligencia de las autoridades y del gobierno frente a las amenazas volcánicas de este.

El Alcalde de Armero, Ramón Rodríguez y varios oficiales locales intentaron poner al tanto al gobierno colombiano sobre el peligro eminente por el que atravesaba la ciudad; con conocimiento del informe escrito por Joaquín Acosta publicado por la Academia de París de 1842, en donde se relata la erupción del volcán y teniendo en cuenta las anteriores, podría presentarse otro episodio volcánico dejando Armero en las sombras del lodo, además de eso se había lanzado un reporte del Ministerios de Minas, Defensas y Obras Públicas, reconfirmando de que el gobierno colombiano estaba al tanto de los episodios que este había manifestado , agregando a esto que Armero esta bañado por los ríos lagunilla,

Cuamo, Sabandija y Magdalena incrementando el riesgo para los habitantes, se le propuso a estos informar a la población de los riegos a los que se podrían ver inmersos, y se les pidió informar a la localidad formas de evacuación correctas y rápida; también poner en disposición hospitales o centros de refugio para las víctimas de la tragedia, a lo cual el gobierno colombiano hizo caso omiso y esta petición fue desmentida por la Cruz Roja y la Defensa Civil, dándole la tranquilidad a Armero de que nada estaba sucediendo y que solo eran rumores, pero, ¿Qué ganaba el gobierno colombiano ignorando estos sucesos? Es la pregunta que tal vez se hacia el alcalde de Armero Ramón Rodríguez “el loco” como lo llamaban después de las tantas advertencias que dio sobre este suceso, pregunta que no fue respondida ya que sucedió lo que estaba anunciado. Como última instancia el Alcalde Ramón Rodríguez veinte días antes de esta gran tragedia, escribió un telegrama la Presidente de la Republica.

Preocupados situación fenómeno natural ocasionado por Volcán Nevado del Ruiz imprevisible precisar momentos críticos amenaza población armerita. Solo estos momentos conlleva aprender próximos peligros como enorme represamiento rio Lagunilla se formó hace más de ocho meses por invierno que ahora vuelve repercutir en eminente bomba de tiempo por los problemas Volcán Nevado del Ruiz. Alertados por los científicos como lo conoce el gobierno y opinión pública. Razón suficiente hace pedir al gobierno nacional urgente atención para constituir obras de prevención donde épocas atrás en similares fenómenos río Lagunilla penetró desastre en la población. Siendo hoy de incalculables proporciones por la superpoblación actual de la ciudad. Agradecemos la atención a este SOS de la ciudadanía Armerita (Gallo, 2016) ²

Petición que no fue escuchada. En las horas de la mañana del 13 de noviembre de 1985 un gran estallido se sintió y con él una de las más

² Gallo, 2016 Documental Valle sin sombra. “Fenómeno natural ocasionado por volcán Nevado del Ruiz amenaza población armerita y desbordamiento del río Lagunilla”

grandes tragedias que borro a la poblaci3n de Armero del mapa en menos de tres horas.

Colombia como pa3s subdesarrollado debe tener y desarrollar planes o medidas de protecci3n frente a catástrofes naturales, capacitando a las familias del territorio colombiano sobre que hacer frente a episodios de esta magnitud, evitando así consigo grandes lamentaciones y desapariciones de municipios con sus comunidades enteras, pero ahora ¿tiene obligaci3n los gobernantes en materia de desastres naturales? Al analizar nuestra Constituci3n Pol3tica de 1991, podemos vislumbrar que en sus Art3culos Primero y Segundo, la Dignidad y Solidaridad son fundamentos del Estado Social de Derecho y determina la creaci3n de las autoridades para proteger la vida, los bienes y las libertades de los derechos sociales de los particulares, en este sentido encontramos que el Estado si tiene obligaci3n en prevenir estos fenómenos naturales.

Ellos tenían la opci3n de: Consumaci3n del Riesgo para amparar a las personas que resistieron los impactos en este fenómeno y adoptar medidas para que los habitantes superaran este episodio. Prevenci3n de Desastres que protegieran los derechos de las personas víctimas de este fenómeno.

Aun así no quisieron tomar las medidas necesarias para evitar esto, los desastres no son naturales la vulneraci3n del territorio y las amenazas llevan a estos episodios, las autoridades si est3n en la obligaci3n de prevenir estos fenómenos, esto quiere decir que la vida de cada uno de los habitantes de la poblaci3n de Armero si recae sobre las manos del Estado, pero, ¿porque no hay sanción? Porque Armero es una poblaci3n hecha cenizas.

OMAIRA SÁNCHEZ, SÍMBOLO DE LA TRAGEDIA DE ARMERO

Omaira Sánchez, con tan solo trece (13) años de edad fue el símbolo que finiquit3 esta historia, revivir la tragedia de armero y no mencionar a Omaira o tener en poco a los ni os que

abandonó el gobierno, es contar la historia por pedazos, así como Omaira que qued3 atrapada en los escombros del desmoronamiento por más de dos días agonizando por estar allí y además, encima del cuerpo de sus familiares fallecidos sin elecci3n de vida por carencia de equipos de cirujía, muchos ni os perdieron la vida por falta de organizaci3n, ¿tuvieron en cuenta ellos, que los derechos de los ni os prevalecen ante todos los derechos? “Las autoridades de la Republica est3n instituidas para proteger a todas las personas residentes en Colombia, en sus vidas, honra y bienes, y asegurar el respeto reciproco de los derechos naturales, previniendo y castigados los delitos. Const. Pol3tica (1886 p. 8). Aunque aqui no prevalecían los derechos de los infantes como portadores de derechos a respetar, se tienen como persona residente del territorio Colombia esto quiere decir que la posici3n asumida por el Gobierno de Colombia frente a la vida de estas personas si tenía penalizaci3n, La Constituci3n Pol3tica de 1991 prevalecen los derechos de los ni os sobre todas las cosas, esta contempla:

Son derechos fundamentales de los ni os: la vida, la integridad física, la salud, la seguridad social, la alimentaci3n equilibrada, su nombre y nacionalidad, tener una familia y no ser separados de ella, el cuidado y amor... La familia, la sociedad y el Estado tienen la obligaci3n de asistir y proteger al ni o para garantizar su desarrollo arm3nico e integral y el ejercicio pleno de sus derechos. Cualquier persona puede exigir de la autoridad competente su cumplimiento y la sanción de los infractores. Los derechos de los ni os prevalecen sobre los derechos de los demás (Art.44, cont. Pol3tica 1991 p.17).

Muchos recuerdan y relatan la historia a su manera, pero ser3 que alguien se ha colocado en la tarea o alguien se ha preguntado ¿Qué hubiera ocurrido tomadas las medidas respectivas? ¿C3mo es posible que el estado no facilitara una motobomba para salvar la vida de la pequeña Omaira? O para evacuar a los ni os así sea por precauci3n, ¿c3mo es tolerada la muerte de más de doscientos treinta seis ni os? ¿Pueden

ser vulnerados los derechos de los niños y además violar la constitución política y salir sin responsabilidad referente a los hechos? Los niños también tienen derechos que respetar y cumplir, por el hecho de ser infante no los hace menos que los adultos, al contrario sus derechos prevalecen sobre todas las cosas. Colombia como país subdesarrollado les da importancia a los infantes y penalizan cuando alguno de sus derechos son violados, el ministerio público es el responsable de hacer valer y solucionar la vulneración de los derechos de los infantes sobre todas las cosas. Aun así, Armero quedó en las sombras del lodo, Omaira Sánchez falleció por negligencia del gobierno, los niños no pudieron ser evacuados y los habitantes no pudieron ser informados. Este tema y estas preguntas jamás fueron realizadas y por lo tanto jamás fueron resueltas, Armero empezó y terminó en el olvido, por eso queda marcado en nuestra historia como la trágica destrucción de Armero o como algunos lo quieren llamar “fenómeno natural”, yo lo llamaría irresponsabilidad, falta de conciencia, de amor a la patria y a sus habitantes, Armero no fue destruido por una avalancha, Armero fue destruido por el gobierno y enterrado por este. La toma del palacio tenía igual importancia que este triste hecho, y se le debía dar la preferencia adecuada, igual apoyo moral y estructural. “Tengo miedo que el agua suba y me ahogue porque yo no sé nadar, aunque soy aquí de tierra caliente” (Permalink, 2001)³

CONCLUSIÓN

La tragedia ocurrida en la ciudad de Armero en el año 1985, era eminente debido que la población se encontraba ubicada cerca de El Nevado de Ruiz, teniendo conciencia que en algún momento o circunstancia este podía entrar en erupción. La catástrofe natural no podía impedirse, pero si se podía evitar las lamentaciones y pérdidas humanas ocasionado por el fenómeno si los gobernantes del país hubieran recibido con seriedad y premuras las alertas emitidas por el ente territorial de la ciudad de Armero y por ende adelantado

acciones emergentes que mitigaran el impacto causado por el fenómeno en comento.

Siendo así las cosas, la niña Omaira Sánchez como otras víctimas de la tragedia pudieron haber hecho parte de la historia, pero con un final gratificante frente a los hechos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Armero, Treinta (30) años de una tragedia (2010, 24 de Septiembre). El País. <http://www.elpais.com.co/especiales/tragedia-de-armero/>
2. Constitución Política de Colombia 1886 <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=7153>
3. Constitución Política de Colombia 1991 <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4125>
4. El estado tiene responsabilidad en la tragedia de Armero (2015, 05 de Noviembre) El espectador. <http://www.elespectador.com/entrevista-de-cecilia-orozco/el-estado-tiene-responsabilidad-tragedia-de-armero-articulo-597771>
5. El desesperado alcalde que nadie escuchó (2016, 13 de Noviembre) las2orillas. <https://www.las2orillas.co/el-desesperado-alcalde-de-armero-nadie-escucho/>
6. La profecía de Armero (2010, 06 de Noviembre). Semana. <http://www.semana.com/nacion/articulo/la-profecia-armero/124181-3>
7. Omaira Sánchez: “Váyanse a descansar un rato y después me sacan” (2013, 12 de noviembre) ABC. <http://www.abc.es/20101113/archivo/tragedia-armero-omaira-sanchez-201011121518.html>

³ Permalink, 2001. Omaira Sánchez, una historia inolvidable de 1985.

COLOMBIA UNA HISTORIA DE GUERRILLAS

Lina Fernanda Guardo Guerra¹

RESUMEN

El conflicto armado en Colombia es conocido en el mundo por ser el más prolongado de América Latina, el cual posee unas circunstancias especiales que lo hacen único; una de estas principalmente es la formación y participación de diversos grupos al margen de la ley quienes en su accionar han dejado miles de familias afectadas materialmente y psicológicamente, así como también un gran número de víctimas fatales en todo el territorio nacional, además, en la actualidad se evidencian las consecuencias de sus actos en un gran número de personas; así como también se debe mencionar que aún el conflicto continúa en algunos lugares de Colombia.

PALABRAS CLAVE

Violencia, Guerrilla, Conflicto, Asesinatos, Secuestro, Desplazamiento forzado, Masacres, Gobierno, Ideología.

ABSTRACT

The armed conflict in Colombia is known in the world for being the longest in the entire Western Hemisphere, which has special circumstances that make it unique; One of these is the formation and participation of various groups outside the law who in their actions have left thousands of families physically and psychologically affected, as well as a large number of fatal victims throughout the national territory, in addition, in the Today the consequences of their actions on a large number of people are evident; As well as it should be mentioned that the conflict continues in some parts of Colombia.

KEYWORDS

Violence, Guerrilla, Conflict, Assassinations, Kidnapping, Forced displacement, Massacres, Government, Ideology.

INTRODUCCIÓN

En América del sur se encuentra ubicado un país llamado Colombia lleno de infinitos paisajes únicos e inimaginables, caracterizado por su fauna y flora, y por ser el segundo país más biodiverso. Pero no solo sus características ambientales y culturales, son conocidas en el mundo; también es reconocida por mantener el conflicto armado más antiguo del hemisferio occidental, con una duración de más de cincuenta años, situación que deja un saldo de 218.094 personas muertas hasta el 2012, según el Centro Nacional de Memoria Histórica; un conflicto que ha marcado la vida de miles de colombianos debido a las masacres, desplazamiento forzado, minas antipersonales, reclutamiento ilícito, atentados terroristas, asesinatos colectivos, secuestros y violencia sexual. Por consiguiente el Centro Nacional de Memoria Histórica estima que la gran mayoría de los colombianos de alguna manera han visto o han vivido la guerra y los estragos que ha dejado.

¹ Estudiante de segundo año de derecho de la universidad libre, sede Cartagena. Artículo orientado por el profesor Oswaldo Ortiz Colón.

Pero ¿qué es un conflicto armado? se entiende por conflicto armado todo enfrentamiento protagonizado por grupos de diferente índole tales como fuerzas militares regulares o irregulares, guerrillas, grupos armados de oposición, grupos paramilitares, o comunidades étnicas o religiosas que, utilizando armas u otras medidas de destrucción, provocan más de 100 víctimas en un año². (Esc. de Cultura de Pau Alerta, 2005.)

Y según la ONU tiene las siguientes características³:

- A. Ataques deliberados contra civiles, incluidos los trabajadores de asistencia humanitaria
- B. Transgresión general de los derechos humanos
- C. Violaciones y otros delitos sexuales
- D. Utilización de armas de guerra contra mujeres y niños
- E. Desplazamiento forzado de miles de personas.

No obstante algunos estudiosos e integrantes de los diferentes organismos y corporaciones colombianas han expresado que nuestro conflicto armado se debe denominar “conflicto armado interno” ya que se caracteriza por ser un conflicto extenso, en el cual han tenido varios participantes como las guerrillas, el Estado y paramilitares, además de múltiples factores que han contribuido a que sea uno conflicto duradero, asimismo ha sido discontinuo, atroz y se ha presentado o está presente en la gran mayoría del territorio colombiano.

CONTEXTO HISTÓRICO, NACIMIENTO DE LOS GRUPOS AL MARGEN DE LA LEY Y SU EVOLUCIÓN

Para nadie es un secreto que la violencia ha Estado relacionada íntimamente con los inicios de lo que hoy conocemos como la República de Colombia, momentos como los años veinte donde se vivió el conflicto agrario o como el periodo del frente nacional y más adelante con los

sucesos ocurridos en la década de los años 1940 y los años 50 con el conflicto bipartidista, han tenido repercusiones de manera determinante en este conflicto; particularmente teniendo más relevancia el génesis y la implementación de las políticas agrarias convirtiéndose en uno de los hechos detonantes del conflicto interno armado entre las incipientes guerrillas y el Estado; ya que estas políticas estaban marcadas por la disputa de tierras, la existencia de una profunda diferencia económica y la persecución de la población civil por su inclinaciones políticas.

Por lo tanto se estima que los inicios del conflicto se dan en los años 1920 a raíz de la disputas por las tierras. Su inicio se da con el nacimiento de las llamadas autodefensas campesinas, un grupo conformado por campesinos que alzaron sus banderas en un primer momento con tendencias liberales y que al adentrarse al periodo de la violencia evolucionaron para adoptar a un pensamiento comunista; estos se establecieron en la cordillera central, Marquetalia y Riochiquito, además también se situaron en la Cordillera Oriental, El Pato y Guayabero. Para finales de 1957 y 1960 deciden cesar sus acciones militares, sin entregar sus armas por lo que conlleva a una paz tensa; sin embargo poco tiempo después este movimiento reactiva su lucha contra el gobierno en el sur de Tolima, comandado por Manuel Marulanda Vélez más conocido como “tirofijo”.

En este mismo ambiente surge un grupo denominado “El movimiento obrero estudiantil campesino” (MOEC) integrado por un grupo de estudiantes, intelectuales y ex miembros del partido comunista que dieron origen a una nueva izquierda en 1959, la cual tenía como objetivo unificar las fuerzas de los campesinos, obreros, estudiantes, las clases medias y populares, partidos políticos y tendencias ideológicas para formar un frente único para combatir la auténtica lucha de la revolución social en Colombia, asimismo en este momento de resistencia nace “El Frente Unido de Acción Revolucionaria” (FUAR) formado por Luis Emiro Valencia y Gloria Gaitán en 1962, el cual poseía tendencia gaitanista.

2 Esc. de Cultura de Pau Alerta, 2005

3 Organización de las Naciones Unidas, 2013.

En 1964 el gobierno ataca con un golpe fulminante a Marquetalia, punto estratégico del grupo de autodefensas campesinas, el cual era considerado como una 'República independiente' donde reinaba el dominio de la libertad, la cual estaba conformada por 50 hombres; su derrota conllevaría a que Manuel Marulanda Vélez al lado de Jacobo Arenas y otros líderes conformaran una guerrilla denominada "Bloque Sur" con el señor Marulanda a la cabeza como primer comandante y el señor Arenas como ideólogo y puente con el partido comunista. Posteriormente en 1966 este movimiento se transformaría en lo que hoy conocemos como "Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia- Ejército del Pueblo" o FARC-EP, el cual se auto denomina de corte marxista-leninista. Y Desde el cinco de mayo de ese mismo año sus actividades ilícitas y atroces han sido continuas (secuestro de civiles, policías y miembros del gobierno, minas antipersona, ataque con bombas y otras armas no convencionales, el narcotráfico, la minería ilegal, el desplazamiento forzado, el reclutamiento ilícito, destrucción de puentes, casa y estaciones de policía). Se estima que estuvieron presente en 24 departamentos de los 32 departamentos que tiene Colombia y así como también llegaron a tener más de 20.776 combatientes entre sus filas en el 2002.

Así como también en este contexto para 1964 emerge otro grupo insurgente llamado "Ejército de Liberación Nacional" también conocido ELN, fundado por Fabio Vázquez Castaño. Este estaba conformado por un conjunto de estudiantes que se acogían al marxismo-leninismo y a los idealismos socialistas; los cuales se traducían en la liberación nacional que se ve reflejado en su nombre. El ELN ha ejercido presencia en la zona del Catatumbo, los departamentos de Arauca, Cesar, en el sur de Bolívar, Boyacá, Casanare, Tolima, Santander, Antioquia, Nariño y Cauca. Se caracteriza por contener un alto grado de descentralización y autonomía en su forma estructural; para principio de los años 90 se llegó a la conjetura de que poseía 10 mil combatientes entre hombres y mujeres y en el 2015 la cifra oscila en 1.500

combatientes. Sus acciones han sido crueles y se han traducido en secuestro que son utilizados como método de financiación, el reclutamiento, ataques contra la infraestructura petrolera y eléctrica de Colombia, minas antipersona y además también se han dedicado a la minería ilegal.

Posteriormente retoña en 1965 una organización que se hace llamar "Ejército Popular de Liberación" (EPL), el cual comienza sus actividades militares en 1968, inicialmente en los territorios de Antioquia, los departamentos de Córdoba y Sucre y en la región de Magdalena medio. Guiados por los ideales marxismo-leninismo sus actividades principales son el secuestro, extorsiones, lavados de activos y abigeato; aunque se subyugaron a un proceso de desmovilización en 1991 algunos de sus exintegrantes se reintegraron a clanes como el denominado "Usuga" y "Megateo", en su momento esta guerrilla ocupó el tercer puesto como grupo armado más importante de Colombia.

Entonces para el año 1974 prorrumpió el grupo "M-19", movimiento 19 de abril fundado por Jaime Bateman, Álvaro Fayad, Carlos Pizarro, Luis Otero, Gustavo Arias y Rosemberg Pabón, el cual fue formado para luchar en contra de la ilegalidad en el régimen que se había robado las elecciones del día 19 de abril de 1970. Estos luchaban para que en Colombia se diera una sociedad incluyente y democrática, sus acciones demostraban el sentimiento de inconformismo que estaba impregnado en ellos; esto se demostró a través del secuestro de políticos de derecha y de civiles como lo fue el de Martha Nieves Ochoa hermana de Fabio Ochoa Vásquez, Juan David Ochoa y Jorge Luis Ochoa conocidos como los hermanos Ochoa pertenecientes al Cartel de Medellín, lo que provocó la formación de un ejército de la mafia denominado "MAS" muerte a los secuestradores o el del conservador Álvaro Gómez Hurtado, además hurtaron la espada de Simón Bolívar ya que consideraban que su misión estaba incompleta y era su deber seguir con su legado que ellos consideraban vigente y acción más relevante fue la toma del

palacio de justicia el seis de noviembre de 1985 el cual tuvo una duración de 28 horas donde la guerrilla del M19 y el ejército colombiano se enfrentaron violentamente dejando el sitio reducido a escombros; este suceso dejó más de 100 víctimas mortales producto del holocausto y un número de desaparecidos que en la actualidad no se ha podido determinar que paso con ellos. Para los años 1984 el M19 se enfrenta a su primer proceso de desmovilización el cual no se llevó a culminar ya que el gobierno de Belisario Betancur no cumplió con los términos pactados lo que conllevó a que el M19 desistiera y se defendiera de los ataques que se les estaba descargando; lo que terminó en el suceso ya mencionado en la toma del palacio de justicia.

Finalmente el grupo M19 decide dejar las armas en el gobierno de Virgilio Barco con el requisito que se creara una Asamblea Nacional Constituyente para modificar la constitución ya que esta no contenía los mecanismos necesarios para la conformación de nuevos partidos políticos, ni tampoco reconocía la existencia de unas minorías. Sus esfuerzos antes la negativa del gobierno de hacer la Consulta popular; vieron los frutos en los movimientos estudiantiles que impulsaron el movimiento de la “Séptima Papeleta” o “Todavía podemos salvar a Colombia” que daría origen la constitución de 1991. La dejación de armas se formalizó el día ocho de marzo de 1990 en su campamento de Santo Domingo y posteriormente se formalizaron como un grupo político llamado Alianza Democrática M19.

Por último en la década de los años 90 aparece el fenómeno del “paramilitarismo” o también conocido como “Autodefensas unidas de Colombia” (AUC). Este grupo de extrema derecha fue dirigido y fundado por Carlos Castaño Gil y que desde sus comienzos tuvo fuertes lazos con diligentes políticos, agentes del Estado y otros sectores de la sociedad colombiana que desencadenaron en lo que hoy se conoce como parapolítica. Tuvo como objetivo principal combatir a los grupos de ultra izquierda como lo son la FARC, el ELN y el EPN así como también el grupo político de izquierda

“Unión Patriótica”. Sus acciones bélicas e ilícitas se tradujeron en miles de masacres y descuartizamientos masivos dirigidos a los civiles, campesinos y figuras sindicalistas que dejaron como resultado, el mayor número de víctimas mortales en el conflicto armado, sus actos sanguinarios eran peculiares ya que en ellos existía una gran participación de la crueldad, la atrocidad y barbarie. A su vez se caracterizaron por el desplazamiento forzado, el despojo de tierra, su incursión en el negocio del narcotráfico, la extorsión y secuestros. Su polémica desmovilización se da en los años 2002 y 2006 liderado por entonces el gobierno de Álvaro Uribe Vélez y este proceso da como resultado el nacimiento de las llamadas bandas emergentes o “Bacrim”. Sin embargo cabe aclarar que dentro del conflicto armado en Colombia también tuvo influencias y participación el fenómeno del narcotráfico, lo que se denominó el narcoterrorismo y el enfrentamiento de los carteles, pero estos no serán tratados en esta ocupación porque nuestro objetivo de estudio son los grupos al margen de la ley que florecieron en estos 50 años de conflicto.

RESULTADO, DAÑOS EN LA SOCIEDAD COLOMBIA Y ACTUALIDAD

Como resultado de todos estos momentos violentos que han sacudido nuestro país; el Centro de Memoria Histórica⁴ concluye que

“Desde el año 1958 hasta el 2012 ha habido 218,094 víctimas mortales, desde 1970 al 2010 ha habido 27.023 víctimas de secuestro; desde 1961 hasta el 2012 ha habido 23,161 víctimas de asesinatos colectivos y 13,340 casos; desde 1988 al 2012 hubieron 1,344 víctimas de acciones bélicas y 716 casos, desde 1988 al 2012 hubieron 715 víctimas de ataques a bienes civiles y 5,138 casos;

⁴ El Centro de Memorias Históricas es un establecimiento público del orden nacional, adscrito al DEPARTAMENTO PARA LA PROSPERIDAD SOCIAL (DPS), que tendrá como objeto reunir y recuperar todo el material documental, testimonios orales y por cualquier otro medio relativos a las violaciones de que trata el artículo 147 de la Ley de Víctimas y restitución de Tierras.

desde 1988 hasta 2012 hubieron 1,566 de víctimas de atentados terrorista y 95 casos; desde 1985 hasta 2012 hubieron 11,751 víctimas de masacres y 1,982 casos; desde 1985 hasta 2012 hubieron 25,007 víctimas del desapariciones forzadas; desde 1985 hasta el 2012 hubieron 1,754 víctimas de violencia sexual y por ultimo desde 1992 hasta el 2012 hubieron 4,744,046 víctimas de desplazamiento forzado”⁵.

Estas cifras nos dan una aproximación de cuantas personas en Colombia han vivido de cerca los flagelos de un conflicto que ha trasgredido los derechos fundamentales especialmente de los civiles, de esos campesinos, madres, niños, niñas, jóvenes que no hacían parte de este conflicto pero aun así les tocó vivir sus consecuencias, cifras que no nos acerca ni siquiera a un número cierto de cuantas personas sufren el dolor de perder a un ser querido, alejarse de sus tierras o su patrimonio que con tanto trabajo les costó tener. Esta la Colombia de hoy a penas esta comenzado a esclarecer las dimensiones de estas tragedias, esta empezado a ver que han crecido generaciones llenas de odio y resentimiento, que se han fomentado en nuestras sociedades la inequidad, la discriminación, el racismo y el sexismo; también sean vulneradas de manera especial las comunidades indígenas y afrodescendientes. Pero ante todo se quebrantado las dignidad de cada uno de los que sufrió o vio el conflicto de cerca.

Actualmente los esfuerzos de nuestro gobierno por acabar uno de los grupos armados más grande del país ya que desde de hace 34 años se lleva un proceso de negociaciones y renegociaciones por fin se ven reflejados los frutos en el proceso de paz con la FARC firmado el 24 de noviembre de 2016 y el cual está en la fase de implementación y se espera que acabe con la resocialización de sus miembros.

Pero ¿Será que el conflicto armado acaba con este suceso? la respuesta es no, ya que en Colombia sigue vivo el grupo guerrillero ELN con el cual ha empezar una mesa de negociación

la cual ha sido poco fructífera, además también se encuentra las “bandas criminales o Bacrim” y aunque el proceso de paz en Colombia sienta las bases principales y necesarias para la construcción de una paz duradera y estable; no hay que desconocer que nos queda un largo camino para cerrar el oscura pasado que mancha la imagen de un país que está lleno de maravillas y grandiosas cualidades.

CONCLUSIÓN

Colombia como nación tiene un deber arduo que consiste en retribuirle a su sociedad todos aquellos que han sido vulnerados, violentado e irrumpido a lo largo de esto desafortunados 50 años de intranquilidad y angustia, de devolverle la tranquilidad al campo, la confianza al colombiano para salir de sus casas sin miedo; tiene la obligación de crear un ambiente sano para poder criar una nueva generación incluyente, gozosa y conocedora de sus derechos y de su constitución. Nos queda un largo camino sí, pero no solo al gobierno sino también a nosotros los que pertenecemos a esta Colombia que está cansada de sufrir y de llorar a los niños, niñas, esposos y esposas, madres, padres u otros familiares que les arrebato un día, un conflicto que lo único que ha causado desconsuelo a miles de colombianos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Ávila , A., & Vargas, N. (31 de Marzo de 2016). Qué es el ELN. *El espectador*, págs. <http://www.elespectador.com/noticias/paz/el-eln-articulo-624698>.
2. Cadavid, E. S. (2014). Historia de la guerrilla en Colombia. Bogota D.C., Colombia.
3. Caramés , A., & Fisas, V. (agosto de 2011). *escolapau.uab.cat*. Obtenido de <http://escolapau.uab.cat/img/programas/desarme/mapa/colombia.pdf>
4. Castilla, C. E. (noviembre de 2013). *Auge y declive del Ejército de Liberación Nacional (ELN): Análisis de la evolución militar*

⁵ Centro Nacional de Memoria Histórica, 2012.

- y territorial de cara a la negociación.* Obtenido de <http://cdn.ideaspaz.org/media/website/document/529debc8a48fa.pdf>
5. Centro de memoria historica. (2014). *centrodememoriahistorica*. Obtenido de <http://www.centrodememoriahistorica.gov.co/micrositios/informeGeneral/estadisticas.html>
 6. *Colciencias*. (09 de 11 de 2016). Obtenido de http://www.colciencias.gov.co/sala_de_prensa/colombia-el-segundo-pais-mas-biodiverso-del-mundo
 7. Jaramillo, J. A. (2010). El movimiento obrero estudiantil campesino 7 de enero y los orígenes de la nueva izquierda en Colombia 1959 - 1969. Bogota D.C, Colombia. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/4980/1/468429.2010.pdf>
 8. Jusseff Morales Escorcía. (2013). *jusseffmoralese*. Obtenido de <http://jusseffmoralese.wixsite.com>
 9. Justicia editorial el tiempo. (2015). *www.eltiempo.com*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16417763>
 10. M, D. F. (15 de Noviembre de 2014). Estudio sobre los orígenes del conflicto social armado, razones de su persistencia y sus efectos más profundos en la sociedad colombiana. Bogota D.C., Colombia.
 11. Ortiz, H. T. (12 de febrero de 2015). *elmundo.com*. Obtenido de http://www.elmundo.com/portal/noticias/derechos_humanos/conflicto_armado_en_colombia_factores_actores_y_efectos_multiples.php#.WYpHJFXyjIU
 12. Osorio Granados, M., González Navarro, C., Moreno, M., & Navarrete Cardona, S. (2015). *www.elespectador.com*. Obtenido de http://www.elespectador.com/static_specials/10/procesodepazm19/index.html#ocho
 13. Rivera, E. d. (2007). *Historia del paramilitarismo en Colombia*. Obtenido de <http://www.scielo.br/pdf/his/v26n1/a11v26n1.pdf>

CONTENIDOS ERÓTICOS POR MEDIO DE DISPOSITIVOS MÓVILES

Paula Vannesa Pinzón Chala¹

RESUMEN

En el presente artículo vamos a presenciar cuáles son las consecuencias de caer en dicha tendencia que nunca pasa de moda, la cual se conoce con el nombre de sexting; pero ¿Qué es? En respuesta a esto podemos decir que son las imágenes que se envían ya sea por medio de fotos o videos con contenidos eróticos a otra persona, con una aparente confianza de que esta no las va a divulgar alrededor de toda la web.

PALABRAS CLAVE

Vulnerabilidad, Derechos, Imágenes, Videos, Ignorancia, Acoso, Sexualidad.

ABSTRACT

In this article we are going to witness what are the consequences of falling in the trend that never goes out of fashion, which is known by the name of sexting; but what is it? In response to this, we can say that they are the images that are sent either through photos or videos with erotic content to another person, with apparent confidence that this won't them to spread around all over the web.

KEYWORDS

Vulnerability, Rights, Images, Videos, Ignorance, Bullying, Sexuality.

INTRODUCCIÓN

Los problemas de privacidad en una sociedad como la actual son muy comunes debido al gran avance de la tecnología. No me malinterpreten, no voy en contra de la evolución de la tecnología solo quiero detallar que la expansión de esta ha llegado prácticamente a la globalización total por lo que puede traer muchos percances sino se sabe manejar de una manera correcta. Uno de ellos son los contenidos de sexting que se envían de manera muy frecuente por las redes sociales. Bueno para poder continuar es sumamente necesario que aclare que es el sexting; el sexting no es más que imágenes (fotografías o videos) que tienen contenido sexual que son destinadas normalmente por la persona en forma consciente. El mal manejo de las redes sociales y del internet ha conllevado a que miles de personas alrededor de todo el mundo se vean vulneradas y sean violentados sus derechos en forma inconsciente, debido a que no caen en cuenta de todas las consecuencias que puede traer el simple hecho de tomar una fotografía o video con contenidos eróticos que se dan por causa de alguna mala decisión y le pueden conllevar a sufrir alguna clase de cyber bullying, acoso sexual, pornografía infantil, u otros problemas que se pueden presentar, y pueden hacerle tomar medidas desesperadas que atenten contra tu vida. A causa de todas estas problemáticas los gobiernos de la mayoría de los países a nivel mundial han implementado leyes o normas que van a favor de las víctimas que se encuentren en alguna clase de sexting o violación a su privacidad.

¹ Estudiante del programa de Derecho de la Universidad Libre Sede Cartagena. Artículo orientado por el Docente Oswaldo Ortiz Colón.

A pesar de ser una actividad tan común en las parejas de novios, esposos u otras clases de relaciones amorosas, muchos desconocen todas las consecuencias que trae reenviar esta clase de contenido a un tercero, es decir a aquella persona que no tiene por qué tener aquellas fotografías que fueron enviadas a un único destinatario al cual se le proporcione cierto grado de confianza.

Muchos se preguntarán cuáles son las tan mencionadas consecuencias ¿qué tiene de malo querer compartir mi intimidad con mi pareja o cualquier persona de confianza? Pues para ayuda de una mejor comprensión de este tema que resulta tan frecuente, pero a la vez tan ignorado en cuanto a sus consecuencias se refiere, les puedo decir que hacer envío de estos contenidos eróticos a cualquier persona ajena a usted le puede traer demasiadas complicaciones porque bien, es casi imposible saber cómo reaccionará esta persona con aquel contenido enviado anteriormente. Con el paso del tiempo estas personas pueden ser acarreadas a sufrir de cyber bullying, acoso sexual, y muchos otros problemas como puede ser la divulgación publica de ciertas fotografías, el anteriormente mencionado suele suceder de manera muy frecuente tiempo después de terminar algún tipo de vinculación sentimental o incluso en casos extremos llegar a tal punto de ser extorsionados por la persona con la que se compartía dicho vínculo, con el fin de obtener algún beneficio a cambio de no difundir este tipo de contenido erótico. (pantallas amigas, 2015)

Por lo tanto, voy a mostrar las diferentes acciones que se han tenido que tomar con el propósito de mejorar la situación en la que se encuentran las víctimas de estos a ataques, y no solo por parte del gobierno sino también por medio de nosotros mismos. En Colombia por ejemplo se creó la ley 1581 de 2012 de protección de los datos personales que regula y clasifica todos los datos sensibles y biométricos que afectan la vida íntima y sexual de las personas.

Además daré a mostrar algunos ejemplos de casos de sexting en Colombia y el mundo, en donde se podrán ver las diferentes acciones que han tenido

que asumir las víctimas por causa de este fenómeno que nos puede afectar a todos si llegamos a tomar alguna decisión errónea, es decir, algo de lo que en un futuro nos podamos arrepentir y nos cueste prácticamente hasta la vida.

El sexting es un delito que a la hora de denunciarlo causa algo de vergüenza por parte de los victimarios porque a cuando se da el juicio se revelan detalles que la persona que ha sufrido este fenómeno de acoso sexual no desea que se revelen, y en el caso de los menores de edad se abstienen más que todo por temor a la reacción de sus padres, familiares y amigos. Es por ello que de cada cierta cantidad de casos que se presentan al año que pueden llegar a ser entre 100 o 200 casos más o menos si no es más ,solo el 10 o 15% deciden denunciar y poner fin a esa pesadilla en la que en la mayoría de veces son extorsionados.

¿POR QUÉ UN ADOLESCENTE DECIDE REALIZAR EL SEXTING?

- Pensar que la foto se encuentra segura por el hecho de que se encuentra en su celular, sin ponerse a pensar de que pueda ser robada y utilizada para burlas y vulneración de sus derechos.
- Confiar plenamente en la persona a la cual se le está enviando
- Presión por parte de algún grupo el cual lo lleva a realizar cierta acción con tal de ser aceptado
- Desconocimiento de todas aquellas consecuencias que puede tener por el hecho de mandar un video o una foto.
- Con el propósito de pasar un “buen rato” o lograr atraer a la persona que le gusta.

ÓPTICAS LEGALES

Cuando las imágenes eróticas son enviadas a un menor de edad o el menor es quien realiza dicha actividad se pueden presentar muchos inconvenientes a la persona que se le considera ya mayor de edad, es decir, que ya no posee la categoría de infante, impúber o púber, por lo cual se puede considerar que está realizando

pornografía infantil si esta le pide al menor alguna fotografía o video de contenido erótico de sí mismo. Claro está que si es el menor de edad quien exhibe a otra persona de cualquiera de las categorías púber, impúber, infante o mayor de edad también tiene que pagar por los daños causados a la persona que dejo en estado vulnerabilidad sin importar el hecho de que sea un menor de edad, ya que sin importar la edad de la persona ha cometido un error muy grande que viola los derechos de otra persona.

ORÍGENES DEL SEXTING

El sexting se da a conocer debido a que se crea una clase de necesidad por parte las personas de mandar ciertas imágenes, sonidos o videos sexuales, con el fin de dar inicio a una relación o demostrar atracción sexual hacia el destinatario, como bien sabemos el ser humano por naturaleza es un ser sexual con ciertas necesidades que tienen que ser satisfechas a toda costo, por ello cada vez nacen nuevas ideas de cómo hacerlo, solo que no se preocupan por las consecuencias que esto conlleva sino que tienen más en cuenta el placer momentáneo que genera el enviar este tipo de contenido.

LEYES QUE TE PUEDEN PROTEGER DEL SEXTING

Según el decreto No. 1377 de 2013 se reglamentó parcialmente la ley 1581 de 2012, la cual tiene por objeto “desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política; así como el derecho a la información consagrado en el artículo 20 de la misma”² (tecnosfera, 2016)

Art 15 (C.P.): “Todas las personas tienen derecho a su intimidad personal y familiar y a su buen nombre, y el Estado debe respetarlos y hacerlos respetar. De igual modo, tienen

² (tecnosfera, 2016, conozca las leyes que lo protegen del sexting y del abuso en internet)

derecho a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en los bancos de datos...” Se han encontrado muchas organizaciones hoy en día que van en contra del sexting, podemos ver por ejemplo el instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la información y Protección de Datos Personales (INAI) colabora con la organización Pantallas amigas con el fin de prevenir el sexting dando ciertos consejos en donde las personas caigan en cuenta de todo lo que acarrea el sexting y su uso o más bien su participación

Por ello se puso en marcha la campaña pensar antes de Sextear en México, a la que se sumaron Google México, el Canal del Congreso, el Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública, Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México. (notlmex, 2016)³

PARA CONTINUAR CON LO EXPUESTO, PROCEDO A MENCIONAR ALGUNOS CASOS DE SEXTING

Nikki Rettelle una mujer estadounidense que fue víctima de este fenómeno con la edad de 35 años fue expuesta por un novio que ella tenía el cual durante el tiempo de la relación decide colocar cámaras alrededor de toda la casa de la mujer tomando fotos y videos de está viendo la televisión, descansando y en su mayoría desnuda, durante el tiempo juntos alcanzo a reunir decenas de tarjetas con todo contenido erótico que alcanzo a obtener en ese lapso de tiempo el ex novio de Nikki.

Cuando Nikki se entera decide separarse de él y este con ánimos de tomar venganza hacia ella crea un perfil falso colocando todos los datos de Nikki, en donde coloca fotos y videos de ella demasiado íntimos, y como si fuera poco también diseña dos sitios web en los que nada más expone a Nikki al desnudo. Para sorpresa de ella su ex pareja además de todo lo expuesto también envía ciertos correos y mensajes a sus familiares y amigos con todo ese contenido íntimo, con el que prácticamente le arruina la vida.

³ (Notlmex, 2016, INAI se suma a campaña contra el sexting)

En lugar de encontrar un apoyo por parte de sus familiares y amigos después de toda esa vulneración de sus derechos Nikki se vio señalada y juzgada por estos, sin mencionar que todo ese contenido erótico que de ella se encontraba le cerró muchas puertas de trabajo. Por lo tanto decide encerrarse en su casa y no salir de ella durante 3 años.

Los expertos nos dicen que para poder evitar todo ese fenómeno del sexting es mejor evitar este tipo de modas aunque Nikki dice lo siguiente: “Los seres humanos somos animales sexuales por naturaleza, así que es normal compartir intimidad si tenemos la tecnología para hacerlo; tenemos el derecho a expresarnos y no deberíamos estar avergonzados” (entrevista dada por el periódico el tiempo).

¿EL SEXTING ES UN DELITO INFORMÁTICO AL IGUAL QUE LA EXTORCIÓN POR MEDIOS TECNOLÓGICOS?

El sexting sí, pero la extorción no es considerada como un delito informático, si es algo ilegal pero no se puede catalogar como “delito informático” debido a que este es aquel en donde se adquiere de manera ilícita los datos personales de una persona que se encuentran en un medio digital y son utilizados en su contra como se da en el caso del sexting; mientras que la extorción aunque se considera delito por el hecho de que utilice un elemento tecnológico no significa que sea algo ilícito en la parte tecnológica.

El sexting es una combinación de sex en inglés que significa “sexo” y texting que traduce al español “acción de enviar mensajes” traducido al español es una actividad que para las personas que deciden realizar pueden pagar penas de 12 años de cárcel en Colombia. Según Adalid

Corp., una compañía que trabaja en la seguridad de la información de las personas en Colombia nombro que en el año 2014 se presentaron 80 casos, cuyas víctimas eran menores de edad y 50 eran ya adultos.

CONCLUSIÓN

Después de todo lo mencionado anteriormente se logra comprender que el sexting es un delito informático que debe ser denunciado, que la persona víctima de este no debe abstenerse de decir algo por temor al qué dirán.

Es una acción ilícita que como cualquier otra tiene sus consecuencias penales y aunque se da de manera muy frecuente en las relaciones sentimentales como parte natural de la misma, es recomendable de sobremanera pensar muy bien antes de decir mandar aquella fotografía o video que en el momento se ha enviado de forma consiente a un único destinatario pero con el paso del tiempo nadie sabe que podría pasar con dicho vinculo amoroso y todo ese contenido erótico encontrado en las fotografías y videos que alguna vez se envió sea usado en su contra, ya sea subiéndolo a internet sin su consentimiento. PIÉNSELO BIEN, SU FUTURO ESTA EN JUEGO.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Notlmex. (07 de Diciembre de 2016). INAI se suma a campaña contra el sexting. El universal.
2. Pantallas amigas. (2015). Sexting.
3. Tecnosfera. (27 de enero de 2016). conozca las leyes que lo protegen del sexting y del abuso en internet. *el tiempo*.

ANÁLISIS SOBRE EL CRECIMIENTO ECONÓMICO EN COLOMBIA: PERSPECTIVAS

Briggith Paola Piñeres Perez¹

RESUMEN

Desde el punto de vista de la economía clásica, la economía tiene un comportamiento cíclico en fases de crecimiento y recesión. De ahí que al hacer una revisión histórica de la economía colombiana se pueda entender que actualmente esté en la fase de recesión ya que está antecedida de un momento de crecimiento. Sin embargo, alternativas contemporáneas sugieran que existen mecanismos para controvertir la tendencia cíclica de los fenómenos económicos, tal como se hace en los procesos cíclicos de ventas de productos de las empresas, en donde el factor innovación es clave para mantener una tendencia positiva.

PALABRAS CLAVE

Ciclo económico, Curva S, Innovación, Recesión, Expansión, Economía Colombiana.

ABSTRACT

From the point of view of the classic economy, the economy has a cyclical behavior in phases of growth and recession. Of there that on having done a historical review of u the Colombian economy could understand that nowadays it is in the phase of recession since it is preceded of a moment of growth. Nevertheless, contemporary alternatives suggest that mechanisms exist for controvertir the cyclical trend of the economic phenomena, as it is done in the cyclical processes of sales of products of the companies, where the factor innovation is key to support a positive trend.

KEYWORDS

Economic cycle, Curve S, Innovation, Recession, Expansion, Colombian Economy.

INTRODUCCIÓN

El entorno económico global, considerada como una rama de la ciencia de la economía, enfocada fundamentalmente en la macroeconomía, destinada a la interacción económica que tiene un país a nivel mundial. Esta misma interacción o interrelación entre países afectan puntualmente los aspectos monetarios, las divisas de cada país se ven en variación de acuerdo con los movimientos, negocios, inversiones y trazabilidad de la economía de estos mismos.

Cuando hablamos de economía global pensamos o creemos que todos los países están en igual de condiciones o aportan los mismos beneficios que los otros en el proceso continuo de la globalización económica, en el concepto podemos decir que lo anterior es cierto, pero en la realidad de la economía tenemos claro que los países más importantes y de mayor relevancia son los que conforman la Triada

¹ Estudiante del programa de Derecho de la Universidad Libre Sede Cartagena. Artículo orientado por el profesor Oswaldo Enrique Ortiz Colón.

Económica, compuesta por la Unión Europea, el NAFTA¹ y el Bloque Asiático o bien llamado ASEAN +6².

Ahora bien, encaminándonos en Colombia, nuestra patria ha tenido un aumento en la importancia en el ámbito económico global, Colombia ha tenido crecimiento en el mercado extranjero, gracias a sus exportaciones de diversas mercancías y un lugar con diversas maravillas geográficas y humanitarias, lo cual hace una perfecta plataforma de inversiones extranjeras.

DE LA ECONOMÍA Y SU COMPORTAMIENTO

El crecimiento económico de un territorio, tal como infirió en primera instancia Robert Afatalión, se desarrolla con cierta tendencia a constituir un ciclo de expansión y recesión. Si bien por un tiempo este razonamiento fue controvertido ante el crecimiento sostenido de Estados Unidos durante la década de los 90, lo cierto es que el curso de la economía global permite concluir, que la economía tiene un comportamiento fluctuante (Giudice, 2010)³.

Las fases de expansión y recesión son resultado de la interacción de diversos factores macroeconómicos, políticos y hasta ambientales, entre otros, el comportamiento de la oferta y la demanda, los efectos de los bonos deudas y emisión de dinero, la inflación, la dinámica de algunos sectores económicos, el valor de la mano de obra, corrupción institucional, catástrofes ambientales o las tendencias del mercado exterior. Sin embargo, sea cual sea el resultado, lo cierto es que luego de un período de tiempo,

una fuerza que transversaliza los fenómenos asociados a la actividad humana, contribuye a que se desacelere la tendencia inicial, y a que se desplace hacia el sentido inverso: La regresión a la media (Cunniah, 2011)⁴.

El fenómeno de la regresión a la media en el marco de los ciclos económicos no debe entenderse como una constante, puesto que según crezca el mercado en términos de sus actores, así mismo la media de referencia crecerá, salvó en crisis excepcionales. Por lo tanto, conocer este parámetro de referencia nos permitiría conocer las perspectivas de crecimiento, de conformidad con el estado actual de la expansión o recesión. No es que la regresión a la media actúe como una fuerza invisible que sin ninguna explicación determine el carácter cíclico de la economía. Más bien se trata de un comportamiento natural de los sistemas dinámicos, en el que cualquier fenómeno de crecimiento o decrecimiento depende de la movilización de recursos, que conforme genera unos resultados positivos o negativos, se hace más difícil sostenerlos.

El caso de Colombia no ha sido excepción este comportamiento natural de la economía, y, por el contrario, es un claro ejemplo de los ciclos. Se ha podido observar que incluso ante periodos de recesión económica del ámbito global, el crecimiento económico promedio de Colombia se ha sostenido por encima de varios países latinoamericanos, y en general el comportamiento de su economía tiene un carácter cíclico claramente determinado por el ámbito internacional (Urrutia, 2012)⁵.

Para evidenciar esto se puede observar de manera general el comportamiento del PIB en términos porcentuales de los últimos 50 años en el nivel mundial y en el caso colombiano. De tal forma que queda en evidencia la reciprocidad en los ciclos de expansión y recesión que encontramos en ambos casos.

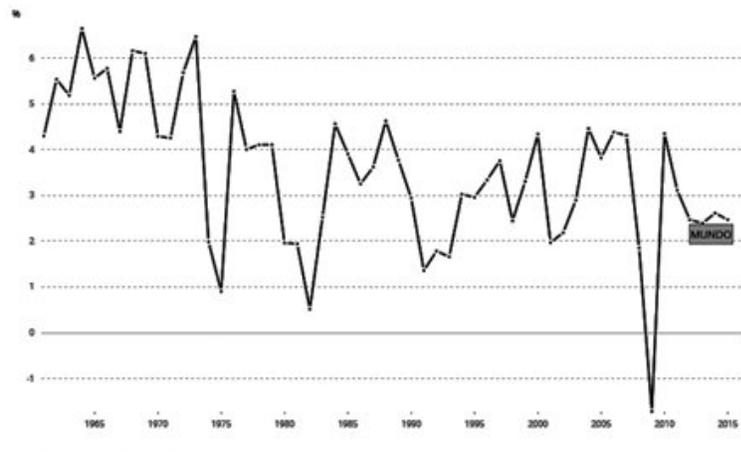
2 NAFTA (North American Free Trade Agreement), conformado por Canadá, Estados Unidos y México, fue firmado el 17 de diciembre de 1992 y entró en vigor a partir del 1 de enero de 1994.

3 ASEAN +6 (Association of Southeast Asian Nations), conformado por Malasia, Indonesia, Brunéi, Vietnam, Camboya, Laos, Birmania, Singapur, Tailandia, Filipinas, China, Japón, Corea del Sur, India, Australia y Nueva Zelanda, se fundó el 8 de agosto de 1967 en Bangkok, Tailandia, posteriormente se unieron China e India en octubre de 2003, Japón en julio de 2004, Corea del Sur en noviembre de 2004, Nueva Zelanda en julio de 2005, Australia en diciembre de 2005.

4 Cunniah, D. (2011). Crisis: causas, perspectivas y alternativas. Obtenido de Oficina internacional del trabajo.

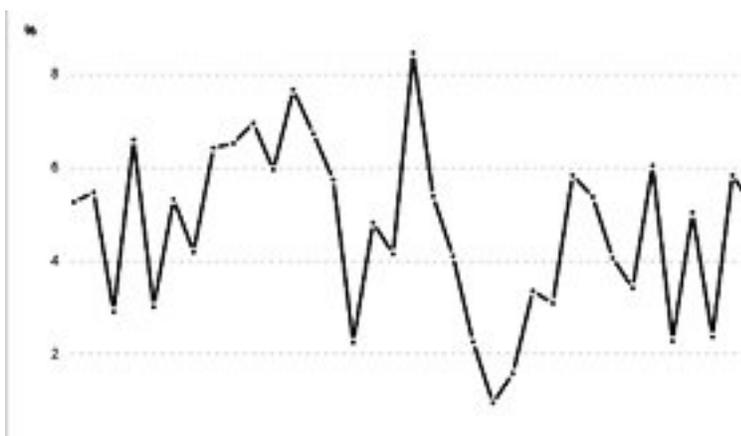
5 Urrutia, M. (2012). El crecimiento económico colombiano en el siglo XX: aspectos globales. Obtenido de Banco de la República.

GRÁFICA 1. PIB MUNDIAL, 1965-2015.



Fuente: Banco Mundial, 2015

GRÁFICA 2. PIB COLOMBIA, 1965-2015.



Fuente: Banco Mundial, 2015.

La grafica 1, se obtuvo del Banco Mundial, como se mencionó en el párrafo anterior se demuestra la variación de la economía mundial en 50 años (1965 - 2015).

Por simple inferencia lógica se observa que los picos tanto altos como bajo se mantuvieron estables cerca de 10 años tomando como punto de inicio 1965, posteriormente en la época de los 70 se vio un decremento económico bastante significativo, a comienzo de los 80 la media económica volvió al alza y se mantuvo estable hasta la época de los 90, donde se vio una regresión a la media pero en déficit si vemos la época de los 60, el nuevo milenio se mantuvo estable hasta el año 2009 donde se vio una gran caída de la economía global, pero de la cual pronto se recuperó y se dio al alza, pero de lo cual no podemos estar desprevenidos es que la regresión a la media es inamovible y hasta la fecha podemos observar que estaremos en un déficit económico global en comparación a décadas anteriores.

Teniendo en cuenta la gráfica 2, expuesta por el Banco Mundial en el lapso transcurrido desde 1965 hasta 2015 en Colombia, podremos observar que a simple vista vemos una media económica bastante estable, omitiendo los años finales de la época de los 90, gracias esto nos hemos podido ubicar en la 4ta posición de la economía más grande en Latinoamérica según la FMI (Fondo Monetario Internacional).

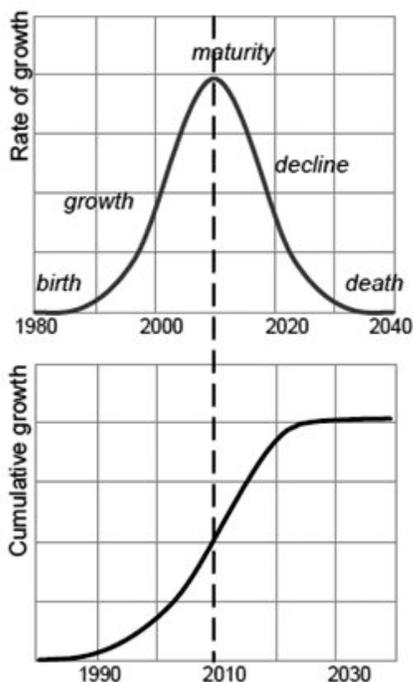
De las dos graficas anteriores tres reflexiones son posibles. En primer lugar, es claro que los ciclos de la economía de Colombia, con sus particularidades, se relacionan con los ciclos de la economía mundial. Y esto conlleva a la segunda reflexión: Para entender el comportamiento de la economía de Colombia deben tenerse en cuenta factores asociados a la economía global, puesto que hay una relación aparente entre ambas, que posibilita incluso hacer predicciones para Colombia desde los factores macroeconómicos mundiales. En tercer lugar, se puede observar que para 2015, tanto en el ámbito mundial como el de Colombia, la economía está desacelerando: Una observación

más detallada permite ver que el PIB está ligeramente por debajo de la media histórica y por ello puede esperarse que aún decaiga un poco más antes de que el efecto de regresión a la media sea lo suficientemente fuerte como para cambiar la tendencia. En general cuanto más se distancia de este parámetro, más incidente se torna.

DE LAS ALTERNATIVAS DE CONTROVERSA AL CARÁCTER CÍCLICO DE LA ECONOMÍA

No obstante, la naturaleza del comportamiento del crecimiento económico, tal como la hemos explicado, no significa que sea una ley inquebrantable desde las prácticas humanas. De hecho, los esfuerzos de economistas y políticos deben girar en torno a buscar mecanismos en

GRÁFICA 3. CURVA NORMAL Y CURVAS DE CRECIMIENTO ACUMULATIVO.



Fuente: Kucharavy, D (2007), *Application of S-Shaped Curves*.

que se pueda controvertir el efecto cíclico de la economía. Un ejemplo al que queremos aludir como referente de transformación de la función cíclica a una creciente, es el comportamiento de la Curva S, muy recurrente en los objetivos planteados por estrategias de innovación tecnológica.

En el ámbito de la innovación tecnológica un comportamiento como el que se observa en la segunda imagen de la Gráfica 3, depende de que una nueva innovación ocurra o se lance al mercado justo cuando el objeto sustituido alcance su madurez de ventas en el mercado, aun cuando se puedan generar más ventas, claramente en un ritmo inferior. Si bien la economía de un país como Colombia es más complejo que esto, lo interesante es conocer que el efecto natural de fenómenos como la regresión a la media pueden verse incididos por estrategias económicas de avanzada, que deben ser la apuesta y la búsqueda incansable para el objetivo de impulsar el desarrollo sostenible, y que, como en el caso de la innovación, probablemente tenga que ver con actuar antes de que los ciclos de recesión comiencen a surtir efecto.

CONCLUSIÓN

Teniendo en cuenta lo anterior planteado, se deduce que la economía de Colombia se ha establecido de manera permanente en el ámbito mundial, esto debido a su crecimiento estable y continuo en una mejora de sus productos y mercado de exportación; no obstante, todo lo que se ha generado no ha sido en un abrir y

cerrar de ojos, ya que como toda nación se ven afectados por diversos problemas internos y a su vez problemas con otras naciones.

Colombia ha sido gran ejemplo de fortalecimiento económico, se podría agradecer a los políticos que han ayudado a la expansión de los productos, mano de obra y servicios que ofrecen los habitantes de los mismos, también se podría decir que las relaciones con grandes potencias como Estados Unidos nos ayudan al auge de la economía.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Cunniah, D. (2011). *Crisis: causas, perspectivas y alternativas*. Obtenido de Oficina internacional del trabajo: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---actrav/documents/publication/wcms_158767.pdf
2. Giudice, V. (2010). *Teorías de los ciclos económicos*. Obtenido de Instituto de investigaciones económicas: http://economia.unmsm.edu.pe/org/arch_doc/VGiudiceV/publ/TeoriasCiclosEconomicos.pdf
3. Kucharavy, D. (2007). Application of S-Shaped Curve. *HAL archives-ouvertes*, 3.
4. Urrutia, M. (2012). *El crecimiento económico colombiano en el siglo XX: aspectos globales*. Obtenido de Banco de la República: <http://www.banrep.gov.co/docum/ftp/borra134.pdf>

DIGNIDAD, RESPETO E IGUALDAD HUMANA EN FUNCIÓN A LOS DIÁLOGOS DE PAZ

William Mark Medrano Pérez¹

RESUMEN

¿Es posible lograr la Paz en Colombia? Para poder obtener la Paz total en Colombia, primero se necesita aprender a leer, saber del tema que se está llevando o tratando. Segundo, se necesita tener conciencia ciudadana, saber con qué estamos lidiando, y por último, saber reconocer que la Paz somos todos, tanto interna como externa. Que de nada sirve tener Paz en el país, si en tu zona de confort tienes un conflicto interno, y estos dos tipos de Paz, la interna y la externa, hacen una Paz total para nosotros los colombianos.

PALABRAS CLAVE

Paz, Conciencia Ciudadana, Zona de confort.

ABSTRACT

Is it possible to achieve Peace in Colombia? In order to obtain total peace in Colombia, we first need to learn to read, to know the subject that is being treated, secondly, we need to have a citizen's conscience, to know what we are dealing with, and finally, to recognize that we all are peace, both internal and external, that there is no use having Peace in the country if in your comfort zone you have an internal conflict, and these two types of Peace, the internal and the external, make a total Peace for us Colombians.

KEYWORDS

Peace, Citizen's conscience, Comfort Zone.

INTRODUCCIÓN

En el siguiente trabajo hablaremos sobre uno de los temas más sonados en Colombia en los últimos años, los diálogos de paz con las FARC, pero no hablaremos sobre el famoso SI o NO, como es de costumbre en todos los trabajos, publicaciones o comentarios acerca de este tema. Este trabajo está hecho en función a la problemática social y todos los interrogantes que surgieron a partir del resultado del plebiscito y los que se forjaron antes de este.

Los colombianos estamos viviendo el sueño de la posible paz con uno de los grupos armados que más conflicto ha generado, en todos los ámbitos posibles, como el económico, social y/o político. Este grupo es conocido como FARC-EP. Afortunadamente se llegó a un acuerdo de cese al fuego entre las FARC y el ejército colombiano, pero no todo es color de rosas. Debido a que en el plebiscito del pueblo del día 2 de octubre de 2016, en el cual se decidía si se cumplían los acuerdos hechos en el tratado, la mayoría del pueblo colombiano voto que no, y esto genero mucho incertidumbre, y de allí

¹ Estudiante de primer año del programa de Derecho de La Universidad Libre sede Cartagena, Orientado por el Profesor Oswaldo Enrique Ortiz Colon.

se plantearon muchos interrogantes, tales como: ¿Estamos preparados para la paz? ¿Sabríamos perdonar y convivir con los que le han dañado a mi país? ¿Podremos tratar como iguales a las personas que han hecho daño a los nuestros?

En esto mismo orden de ideas, intentare dar mi opinión a todas las preguntas que se formaron a partir de los diálogos de paz, y aquellas problemáticas sociales que causo la publicación de los acuerdos y del resultado del plebiscito².

¿PAZ EN COLOMBIA?

Para comenzar, una de las preguntas más polémicas que se generó con base en esto: ¿Estamos preparados para la paz? Primero que todo, nosotros los Colombianos no sabemos leer, preferimos tragarnos el cuento entero, hasta incluso nos dejamos meter ideas en la cabeza de los periódicos y noticieros amarillistas y tomamos esto como la verdad absoluta. Estos diálogos, no son diálogos de paz como tal, el titulo real del acuerdo de paz es: **“ACUERDO FINAL PARA LA TERMINACIÓN DEL CONFLICTO Y LA CONSTRUCCIÓN DE UNA PAZ ESTABLE Y DURADERA”**³ La mayoría de colombianos no leyeron las 310 páginas que este acuerdo trae, prefirieron leer una columna de opinión en algún periódico, escuchar los resumen de los noticieros, buscar videos en internet explicando por qué tienes que votar por SI o por qué no elegir el NO o viceversa. Pero lo único que no hicieron es leer por sí mismo lo que este acuerdo incluye, y he allí el problema, no sabemos leer, no es un “acuerdo de paz”, es la terminación del conflicto armado, el cese al fuego entre ambas partes, y cuando este termine definitivamente, poder construir esta “paz”, la cual será estable y duradera, pero primero lo primero, y después lo demás, el primer escalón para lograr tener un país más seguro es acabar con este conflicto.

No por votar que sí, al día siguiente no va a ver más violencia, robos, inseguridad en el país, todo va a seguir igual que el día anterior, y el día

anterior a ese, aunque si bien las FARC es uno de los grupos armados más peligrosos que ha tenido el país, no actúa en todo el país como tal, solo unas zonas se ven afectadas por el cruce de fuego, los secuestros y los atentados; las demás zonas del país solo ven lo que pasa en noticias, no están siendo afectados de ninguna manera. Entonces, la mayoría pensó que por dejar de matarnos con las FARC y que estos dejen de cometer crímenes de lesa humanidad contra las personas, de un momento a otro habrá paz, pues se equivocaron, igual habrá robos, secuestros, drogas, inseguridad en todo el país, no solo en una zona y pienso que este es el verdadero problema por el cual la paz en Colombia está a millones de kilómetros de distancia.

¿Puede existir la paz en Colombia? Sí, pero para acabar con el conflicto y la inseguridad, hay que tener algo que creo que nadie tiene, y es la conciencia ciudadana, si invertimos en enseñar a todo el mundo, en especial a las nuevas generaciones, no habría tanto problema, la paz no tiene que iniciar con un grupo armado, la paz tiene que comenzar desde el hogar, el barrio, el colegio, o ¿Cómo pretendemos que alguien que esté en conflicto con toda su familia, con sus amigos, con sus vecinos, puede estar en paz? ¿Por un simple cese de armas con un grupo armado? No lo creo.

¿QUÉ ES LA PAZ? ¿COMO LOGRARLA?

Una de las palabras claves en este trabajo es la paz, pero, en sí, ¿Qué es la paz?

La Paz según (Estudiantes de la II Cohorte de la Maestria en Conflicto Social y Construcción de Paz de la Universidad de Cartagena, 2014)⁴ es “Un proceso para la superación de tensiones y conflictos políticos, sociales, económicos y culturales con acciones alejadas a todo tipo de violencia, procurando la reconciliación de los individuos y las instituciones”. Para poder entender mejor la esencia de este inciso también definiremos la Paz como la ausencia de guerra.

² Plebiscito.

³ Procesos y conversaciones. Alto comisionado para la paz

⁴ El Universal. Con todo derecho para usted que es la paz.

Para poder aclarar la idea, manejare dos conceptos de paz, ya vistos anteriormente, la primera sería una paz general o externa, definida como el proceso de superación (...) y la otra sería, la paz personal o interna, que es la ausencia de guerra o conflicto. Estas dos, por sí sola no hacen nada, por qué de que te sirve a ti tener una paz general, que en tu país no haya conflicto armado de ningún tipo, pero si en tu domicilio o residencia hay guerra interna, problemas con tus papás, con tu esposa, con tus hijos, no sirve de nada. Pero también, de que te sirve a ti, estar en paz con todos en tu zona de confort si tu gente, fuera de esta, se está matando por tener poder o atención.

Los dos tipos de Paz se complementan mutuamente, y para tener una total se requiere las dos, pero, ¿Si se puede obtener una Paz total en el país? Claro que sí, pero se requiere la ayuda de todos los colombianos, pónganse en situación, se firma la Paz con las FARC, y tú, tienes la ausencia de conflictos con todos en tu zona de confort, pero aun así existe delincuencia en tu ciudad, ¿Cómo se soluciona esa pequeña pizca de maldad? Aquí vuelvo a tocar el tema de la conciencia ciudadana y la educación, si nos centráramos en esto y logramos generarla y promoverla, eliminaríamos la delincuencia y la cambiaríamos por el estudio, podríamos borrar esa pizca de maldad, y borraríamos la delincuencia de una forma lenta, pero definitiva, porque una de las razones por las cual hay delincuencia, es la falta de estudia, no estudiar significa no poder generar trabajo y no tener trabajo va de la mano con buscar algo para ganar dinero, y querer ganar dinero sin tener estudiar, lleva a buscar una forma no tan legal, es decir, la delincuencia.

¿PERDÓN? ¿CO-EXISTENCIA?

Ya hemos hablado acerca de la Paz en Colombia, son dos tipos de Paz, las dos se complementan entre sí, aparte de eso, también mencionamos lo que necesitamos para que la paz sea completa, que es la conciencia ciudadana y la educación, no se consiguen de la noche a la mañana, se requiere un proceso, pero poco a poco se va

consiguiendo. Supongamos, hipotéticamente hablando, que tenemos todos los requisitos para una Paz total, tenemos la interna y la externa, aparte de eso no hay más robos ni nada por el estilo que perturbe la tranquilidad, ahora solo nos quedan dos factores para hacer de nuestro lugar de vivir, el país perfecto, los cuales son, el perdón y la co-existencia.

Empezaremos por el perdón, después de la Paz, es de lo que más se ha venido hablando en este tratado, publicando encabezados de noticias como: “La increíble fuerza del Perdón en el proceso de Paz⁵”, “El papel del Perdón en el proceso de Paz⁶” y “El perdón como condición para la construcción de una paz sostenible⁷”, ahora bien, el perdón, como se define en El Espectador es un proceso de transformar emociones negativas hacia quien ha hecho daño, también, lograr el olvido del sufrimiento, y por último, el poder reiniciar las interacción con un agresor. (López, 2016)

El Perdón si se ha visto después de los diálogos de Paz, los responsables de asesinatos a sangre fría, secuestros y torturas, los cuales son miembros de las FARC, fueron a donde las familias afectadas por estos delitos, y pidieron disculpa. En un artículo de la revista semana, nos enseña como los verdugos se van a disculpar con una familia, y estos, entre lágrimas, lograron no reaccionar de una mala forma en frente los asesino de su padre.

Todo muy lindo, y digno de admirar, pero ahora vamos a hablar sobre como el perdón va de mano con la co-existencia, y aquí lanzamos una pregunta: ¿Dejaría usted en manos de un ex-guerrillero, un desmovilizado de las FARC, a sus hijos para que este los cuide?

¿Dejaría usted en una persona que explotó una iglesia donde se refugiaban 300 personas, a sus estudiantes, que son el futuro del país?

5 Semana. El perdón entre las farc el estado y las víctimas.

6 Semana. El papel del perdón procesos paz.

7 El Espectador. Perdón condición Construcción de una paz sostenible.

Lo más difícil para las FARC en estos diálogos es la reinserción de los guerrilleros a la vida civil⁸, más de 7000 guerrilleros de las FARC, milicianos y presos, acogerían un programa de reincorporación, recibiendo dinero mensual, por dos años, aparte de eso, les darán dos millones de pesos si salen de las zonas veredales⁹, pero no es del dinero del cual hablamos, es si estas personas pueden vivir tranquilamente junto con nosotros, pero el verdadero problema no es ellos, somos nosotros, también hay que poner de nuestra parte y tratarlos como a iguales, pero no dos o tres personas, todos los colombianos, darles el debido respeto y valorar su dignidad como persona. Si leíste las preguntas y respondiste que no, que no dejarías a tus hijos al cuidado de una persona que ha asesinado mucha gente, o que no dejaras a tus estudiantes con una persona que tiene sus manos sucias de sangre y de dinero de narcotráfico, estamos mal, el proceso es de todos, y así como ellos dejan las armas, nosotros tenemos que dejar a un lado el egoísmo y aceptarlos, para así ser el país que tanto hemos querido y luchado para obtener.

Y de aquí se desprende la última pregunta, ¿Podremos tratar como iguales a las personas que les han hecho daño a los nuestros?

Aquí hay que verlo de dos maneras, la primera como un víctima directa del conflicto, los hijos o la pareja de alguien que secuestraron y mataron, o los padres de una víctima de un atentado, siempre los verán como, los asesinos de, y no como los desmovilizados, y estos si tienen que poner más de su parte. Y por el otro lado, los que no son víctima ni directa ni indirectamente, pero aun así, tienen que intentar no darles un trato indiferente a estas personas, ya sea soldado raso, cabecilla, o el máximo rango de las FARC, hay que tratarlo como si fuera uno más, y no darle importancia por pensar que te hará algo, ni tratarlo como menos.

DELITOS DE LESA HUMANIDAD ¿LA AMNISTÍA ES VALIDA?

Desde Genocidio hasta Reclutamiento de menores conforme a lo establecido en el Estatuto de Roma, pasando por graves crímenes de guerra, toma de rehenes, tortura, ejecuciones extrajudiciales, desaparición forzada, acceso carnal violento y el desplazamiento forzado, son cuantos de los muchos delitos que ha cometido las FARC durante el tiempo de conflicto, a sangre fría y sin tener conciencia alguna, han cometido todos y cada uno de los ya mencionados muchas veces, dejando miles de víctimas y muertos a lo largo de los años. Los mencionados anteriormente no tendrán esta amnistía¹⁰, pero hay unos delitos que si tienen, en lo personal no deberían tenerlo, pero los tienen, los cuales son: Rebelión, sedición, asonada, porte ilegal de armas y el concierto para delinquir con fines de rebelión. Para entender este punto, hay que separar la amnistía del perdón, no es lo mismo debido a que tu como persona, puedes perdonar sus “pecados”, lo malo que le han hecho a los nuestros, los colombianos. Pero viendo de una forma legal, como vas tu perdonarle una falta penal a un criminal, eso va en contra de todos los principios que teníamos, pero aun así las FARC quiere que “perdonen” a la mayoría de sus soldados e incluso a cabecillas.

CONCLUSIÓN

Para concluir este trabajo, los diálogos de paz es un tema en el cual queda mucho del que hablar, aquí tocamos, pienso yo, los temas más importantes después del plebiscito y llegamos a una idea clara para alcanzar esta paz que tanto buscamos, la cual es que todos tenemos que aportar nuestro grano de arena para poder hacerlo, tanto como los de las FARC dejar las armas y los crímenes de lesa humanidad, como nosotros los civiles, intentando estar en paz en nuestra zona de confort, y con ellos, darles el respeto que se merecen y perseverar para que su dignidad no se les vea afectas por aquellos

8 Publímetro. Así va camino la reinserción los guerrilleros hacia la vida civil.

9 Alto comisionado para la paz. Zonas de ubicación.

10 Perdón de penas decretado por el Estado como medida excepcional para todos los presos condenados por determinados tipos de delitos, generalmente políticos

EL CRIMEN, “JUEGO DE NIÑOS”. MIRADA A LA RESPONSABILIDAD PENAL PARA ADOLESCENTES

*Nicolai Moreno Pérez*¹

RESUMEN

Repasaremos y analizaremos como se encuentra actualmente la legislación colombiana en materia de responsabilidad penal en adolescentes y en contraste como se vive la realidad de los menores de edad que están siendo procesados por la comisión de un delito

PALABRAS CLAVE

Menores, Niños, Adolescentes, Delitos, Responsabilidad Penal, Derechos, Estado, Familia, Sociedad, Protección, Resocialización.

ABSTRACT

We will review and analyze how is currently the legislation Colombian in the field of responsibility Criminal in adolescents and in contrast as is live the reality of the minors they are being processed by the Commission of a crime.

KEYWORDS

Child, Children, Teenagers, Crimes, criminal responsibility, Rights, State, Family, Society, Protection, Resocialization.

INTRODUCCIÓN

El fenómeno de la violencia armada en Colombia ha sido una de las principales amenazas para los niños, niñas y adolescentes, especialmente para aquellos que se encuentran en territorios vulnerables ya sea por la ausencia del Estado o por la presencia de bandas criminales donde hay vinculación de menores de edad a dichos grupos, pero... ¿cuál es el trasfondo de este flagelo que cada año recluta más niños y niñas en las filas criminales?

la extrema pobreza, el desacompañamiento del estado, la desatención familiar, influencia de grupos armados relacionados al micro-tráfico o por simple aceptación social; son problemáticas que influyen en la deserción escolar; niños sicarios o jíbaros que en las mismas instalaciones de su escuela expenden drogas a sus compañeros y posterior a esto, ingresan a las bacrim, grupos armados y demás organizaciones armadas (legales o al margen de la ley). Un ejemplo de esto, son las casas de piques en buenaventura donde ponen a menores de edad a que desaparezcan cuerpos.

Las ofertas de dinero rápido para menores de edad en situación de extrema pobreza está a tan solo jalar del gatillo, muchos niños y niñas no “desaprovechan esta oportunidad” por necesidad o simple curiosidad; pero ¿Quiénes son responsables de los delitos que son cometidos por menores de edad?

¹ Estudiante de primer año del programa de Derecho de la Universidad Libre sede Cartagena. Artículo orientado por el Docente Oswaldo Enrique Ortiz Colón. Semillero SIDEMAT.

MARCO LEGISLATIVO

La Constitución Política en el artículo 44 nos deja muy claro los derechos fundamentales de los niños y niñas. Además, dice lo siguiente:

*“La familia, la sociedad y el Estado tienen la obligación asistir y proteger al niño para garantizar su desarrollo armónico e integral y el ejercicio pleno de sus derechos. Cualquier persona puede exigir de la autoridad competente su cumplimiento y la sanción de los infractores. Los derechos de los niños prevalecen sobre los derechos de los demás”.*² (Constitucion Política, 1991)

esto quiere decir que no solo el niño es responsable por los actos que comete sino también las personas que están a cargo de este o en su defecto el mismo estado, pero si un menor de edad ya ha llegado a las circunstancias de haber cometido un delito entonces podríamos afirmar que tanto la familia, la sociedad y el estado han incumplido en la tarea que la constitución les ha encargado.

JUSTICIA ESPECIAL PARA EL MENOR

La Corte Constitucional en la Sentencia C-740/08 hace referencia al artículo 44 de la constitución política y en la concordancia que tiene este con el artículo 140 del código de la infancia y la adolescencia donde hace énfasis en el carácter específico, pedagógico y diferenciado que debe tener todo proceso que se adelanta en contra de un menor de edad, por esta razón el menor de edad que está siendo procesado por la comisión de una conducta punible cuenta con autoridades y entidades especializadas en materia de responsabilidad penal en adolescentes (Sentencia C-740/08)

El estado colombiano está obligado a cumplir con la protección especial de la cual gozan todos los menores de edad que es otorgada no solo por la constitución y el código ya antes mencionado, sino que también está sujeta a los tratados internacionales ratificados por

² Artículo 44 de la constitución

Colombia como lo son: La Convención Sobre los Derechos del Niño, El Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, La Convención Americana Sobre Derechos Humanos, Pacto Internacional De Derechos Civiles, Entre Otros. (Cancillería Colombiana, 2017).

Entre estas instituciones estatales que buscan garantizar o proteger los derechos de los menores encontramos: jueces especializados en adolescencia, fiscales delegados por jueces especiales, salas penales y tribunales de familia, policía de infancia, defensores públicos especializados, ICBF, entre otros. (Codigo de la Infancia y la Adolescencia , 2017, pág. 222), de esta manera el estado trata de garantizar la protección, pero en la cotidianidad hemos evidenciado casos de las precarias condiciones de los lugares donde son reclusos los menores.

JUZGAMIENTO

Ahora bien, si los menores de edad gozan de la “protección” del estado y todos esos derechos³, también tienen deberes y en caso de incurrir en la comisión de un delito deben ser penalizados, pero estas penas deben ser de carácter pedagógico , específico y diferenciado para de esta forma garantizar su protección integral, este proceso deberá garantizar la justicia restaurativa, la verdad y la reparación del daño; sistema de responsabilidad penal para adolescentes y otras disposiciones⁴ (Codigo de la Infancia y la Adolescencia , 2017, pág. 203).

El mismo código declara incapaz de ser juzgado por el sistema penal acusatorio a los menores de 14 años, tampoco pueden ser declaradas penalmente responsables ni sometidos a

³ Son derechos fundamentales de los niños: la vida, la integridad física, la salud y la seguridad social, la alimentación equilibrada, su nombre y nacionalidad, tener una familia y no ser separados de ella, el cuidado y amor, la educación y la cultura, la recreación y la libre expresión de su opinión

⁴ El sistema de responsabilidad penal para adolescentes es un conjunto de principios, normas, procedimiento, autoridades judiciales especializadas y entes administrativos que rigen o intervienen en la investigación y juzgamientos de delitos cometidos por personas que tengan entre catorce (14) y dieciocho (18) años

sanciones los adolescentes mayores de 14 y menores de 18 que cuenten con discapacidad psíquica o mental, pero se les aplicara las medidas de seguridad correspondientes, en este caso como el sujeto activo es considerado incapaz se hacen responsables los padres o tutores legales del menor, pero vale aclarar que estos no irán a la cárcel por sus hijos, pero si deberán pagar sanciones pecuniarias por la falta de control a sus hijos e hijas y en algunos casos también puede significar la pérdida de la custodia del menor de edad.

Esto quiere decir que si el adolescente está en un rango de edad de 14 a 18 y no cuenta con ninguna enfermedad mental, la responsabilidad penal de este se regirá por las normas consagradas en la ley 906 (Sistema Penal Acusatorio) este también gozara de todas las medidas que garanticen el debido proceso o incluso aún más que una persona mayor de 18 años, por ejemplo si el juez considera que la publicidad del proceso expone a un daño psicológico al niño, niña o adolescente puede ser cerrada al público y solo podrán intervenir las partes del proceso (Código de la Infancia y la Adolescencia, 2017, pág. 206).

LA REALIDAD DE LAS CORRECCIONALES DE MENORES

Podríamos decir que la Constitución Política de 1991 en comparación con la de 1886 es casi perfecta, y en este caso en concreto el código de la infancia y la adolescencia debido a las garantías que le brinda al menor de edad, pero en la cotidianidad no se está cumpliendo a cabalidad con lo estipulado en el código ya mencionado, es decir, se están viendo vulnerados muchos de los derechos consagrados en la Constitución Política, el código de la infancia y la adolescencia y algunos tratados como la convención sobre los derechos del niño. Si bien estos menores están siendo procesados por la comisión de un delito, el estado aun así está en la obligación de garantizar todos sus derechos.

Según una investigación realizada por la defensoría del pueblo en materia de

responsabilidad penal de adolescentes, visitando a 18 correccionales de Cali, Bogotá, Villavicencio, Ibagué, Neiva y Cartagena, y entrevistando a 260 adolescentes reclusos en estos centros correccionales; se encontró que lamentablemente la realidad de las y los adolescentes que se encuentran en centros correccionales es totalmente diferente, las precarias condiciones en las que se encuentran es preocupante, los derechos vulnerados que en ese momento fueron encontrados y que sin duda alguna aún siguen siendo ignorados por las instituciones del estado responsables son (Defensoría del Pueblo, 2015, pág. 47 & 48)⁵:

DERECHO A LA IDENTIDAD

Muchas veces los adolescentes reclusos en centros correccionales son sometidos a aislamientos en celdas de castigos y la suspensión de las visitas familiares con el pretexto de “aplicar disciplina”; lo cual va en contra del artículo 8 de la Convención Sobre los Derechos⁶ del niño numeral primero el cual dice: “Los Estados Partes se comprometen a respetar el derecho del niño a preservar su identidad, incluidos la nacionalidad, el nombre y las relaciones familiares de conformidad con la ley sin injerencias ilícitas” (Convención sobre los derechos del niño, pág. 13)

Sin duda alguna se están cometiendo arbitrariedades por parte de estos centros correccionales, y el estado está siendo negligente con la vigilancia y control de los mismos, de esta manera podemos inferir que además se violan los protocolos y el debido proceso al cual tienen todos los niños, niñas y adolescentes que están reclusos en estos correccionales.

DERECHO A LA EDUCACIÓN

Se evidenciaron falta de materiales y personal educativo que promuevan las prácticas de formación y resocialización a las cuales el estado está comprometido a garantizar a todas

⁵ Defensoría del Pueblo, 2015, Páginas 47 y 48.

⁶ Ratificada en Colombia por el congreso de la república por medio de la ley número 12 de 1991.

y todos los menores privados de la libertad y además viola el derecho a la educación consagrado en el artículo 44 de la constitución y los artículos 28 y 29 de la convención de los derechos del niño los cuales hacen referencia de reconocimiento por parte de los estados partes al derecho a la educación que tienen las y los niños en igualdad de oportunidades y encaminado al desarrollo de los menores hasta el máximo grado posible.

DERECHO A LA SALUD

La situación de los aislamientos es un arma de doble filo pues no solo vulnera el derecho a la dignidad sino también el derecho a la salud; en los centros de reclusión se encontró que no solo los encierran en celdas aisladas y con malas condiciones, sino que también los tienen encerrados hasta 40 días en dichas celdas, lo cual pone en riesgo sin dudas pone en riesgo tanto su salud física como mental, si a eso le sumamos el alto grado de hacinamiento al cual son sometidos las y los jóvenes, la falta de higiene, luz, ventilación y las largas esperas en centro de reclusión transitorios podemos darnos cuenta de lo altamente expuesto en materia de salud a las que se encuentran los menores privados de la libertad.

CONCLUSIÓN

Con base en los derechos vulnerados que mencionamos como salud, educación, infraestructura, dignidad, educación, entre otras podemos inferir que no se respeta el carácter pedagógico, específico y diferenciado que tiene el código y la finalidad de resocialización y restablecimiento de derechos, por lo que el adolescente luego de su integración a la sociedad podría ser víctima de estigmatización o podría volver a recurrir a las mismas prácticas que lo llevaron a estar recluido en un principio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Cancillería Colombiana (2017).
2. Código de la Infancia y La Adolescencia.
3. Constitución Política De Colombia (1991) Título de Los Derechos Fundamentales.
4. Corte Constitucional. Sentencia C-740/08.
5. Defensoría del pueblo. (2015). *Violaciones a los Derechos Humanos de los Adolescentes*.

ENTRE EL POSTCONFLICTO Y LA BUSQUEDA DE LA PAZ: RETOS PARA LA SOCIEDAD COLOMBIANA

Danna Sofia Aguilar Leemow¹

RESUMEN

Colombia, bajo la sombra de una incierta y compleja implementación del acuerdo de paz, ahonda en la ira, la zozobra y el sinsabor que dejó el conflicto armado en la mayoría de sus regiones, es decir, se repasa y recuerda su historia, sus protagonistas, sus precursores, sus víctimas y, sobre todo, el desempeño de unos gobiernos que, atemorizados e irresponsables, sustentan varias teorías sobre lo que ha acontecido en el país y no dejan que lo verdaderamente importante: conocer la verdad, cobre auge dentro de una sociedad que engañada por falsas promesas, fallidos e interminables procesos de paz, sigan en medio del dolor y la guerra por culpa de nuevos actores armados ilegales.

PALABRAS CLAVE

Diálogos de paz, Conflicto armado, Justicia, Víctimas, Violencia.

ABSTRACT

Colombia, under the shade of an uncertain and complex implementation of the peace agreement, delves into the anger, anxiety and the distaste that left the armed conflict in most of their regions, that is to say, reviews and recalls its history, its protagonists, their precursors, their victims and, above all, the performance of some governments that, frightened and irresponsible, support several theories about what has happened in the country and not leave that what is truly important: Know the truth, it reached a new height within a society that deceived by false promises, failed and endless peace processes, followed in the middle of the pain and war because of new illegal armed actors.

KEYWORDS

Peace talks, Armed conflict, Justice, Victims, Violence.

INTRODUCCIÓN

Antes de iniciar, se hace necesario aclarar qué significa “Postconflicto” y se toma la definición que da la Universidad del Rosario, en su página web

“Instrumentos sobre reconciliación política en Colombia”, donde lo explica como: período de tiempo que sigue a la superación total o parcial de los conflictos armados. Puede entenderse como un concepto de un único atributo: la reducción del número de homicidios relacionados con el conflicto por debajo de un umbral determinado, que le otorga o le niega el estatus de conflicto activo”.

En adición, por su importancia para desarrollar el tema, se incluye lo que se presenta en el documento sobre el postconflicto, donde se indica que éste:

¹ Artículo presentado por estudiante de primer año del programa de Derecho de La Universidad Libre sede Cartagena.

“Abarca un mayor número de atributos, tales como el DDR (procesos de desarme, desmovilización y reintegración de excombatientes), la reconciliación, la atención a población vulnerable, la construcción de memoria y verdad, la justicia transicional y la reparación, la prevención de la violencia y el crimen, la reforma de las Fuerzas Armadas y de Policía, la reconstrucción y el desarrollo económico, la estabilización política y la participación del sector privado, la sociedad civil y la comunidad internacional en todos ellos”. (Revista Paz y Conflicto. Teoría de Galtung 2012, p7.).

Esto último permite visualizar los retos a que se debe enfrentar la sociedad colombiana si quiere que el Proceso de Paz sea exitoso, en especial al reconocer que todo el país está clasificado por “estratos sociales” que denigran de la persona humana pues los “estratos altos” (7, 8, 9 y 10) son los que gobiernan y los estratos 0, 1 y 2 son los parias, los “don nadie” que viven de la basura que votan los estratos altos. Son los integrantes de los estratos altos quienes han sido los más férreos opositores a que se firmara y se continúe con el Proceso de Paz.

Ahora bien, al analizar la definición anterior, en lo referente al atributo de los procesos de desarme, desmovilización y reintegración de excombatientes, se encuentra que, a pesar de que la guerrilla cumplió con el desarme y la desmovilización, ha habido fallas en la reintegración de excombatientes y problemas de seguridad pues hay amenazas de los grupos paramilitares y las Bacrim. (ABC, del Acuerdo de Paz. 2016. p.7).

Teniendo en cuenta lo anterior, es de resaltar que una vez la guerrilla se desmovilizó, entregó las armas y el listado de sus bienes (a pesar de las burlas y la desinformación propagada por la ultra y extrema derecha), es notoria la sensación de tranquilidad y se siente un alivio porque ya no hay guerra y las FARC ya se han convertido en un partido político. Sin embargo, ahora han aparecido nuevos grupos armados ilegales

que están sembrando la zozobra y el miedo en algunas regiones donde estaba la guerrilla y que el Estado no ha copado. Así, su control o erradicación se ha convertido en el mayor reto para el gobierno nacional y las Fuerzas Armadas.

Cabe señalar que, estas organizaciones son las que el gobierno de Uribe denominó Bandas Criminales – Bacrim, aparecidas luego de la desmovilización de las Autodefensas Unidas de Colombia y que el mandatario dijo en su momento “que se trataba de organizaciones delincuenciales dedicadas al narcotráfico que nada tenían que ver con los antiguos paramilitares”. (Fundación Paz & Reconciliación. Las bandas criminales y el postconflicto, 2017, p1.).

En adición, en el documento se afirma que:

“Estas fuerzas florecieron en la mayoría de los territorios donde dejaron las armas los bloques paramilitares, sólo que ahora ponen mayor atención a los centros urbanos y han cambiado sus modalidades organizativas acudiendo a un funcionamiento en red en vez de las estructuras verticales que habían tenido en la fase anterior. Persisten en el negocio del narcotráfico, pero derivan con gran eficacia hacia el microtráfico en las grandes ciudades y al tiempo han ampliado su participación en la minería ilegal, en el contrabando de muy diversos productos, en la trata de personas, en la extorsión, en el robo de celulares y de autopartes, componiendo un portafolio diverso y potente” (Fundación Paz & Reconciliación. Las bandas criminales y el postconflicto, 2017, p 1.).

Llegados a este punto, en la misma cartilla, ABC del Acuerdo de Paz. (2016), se asegura que con el Acuerdo “habrá verdad, justicia y reparación para las víctimas”; que “...se logra que las FARC hagan política sin armas”; y que “... incluye un plan de desarrollo agrario integral con acceso a tierras y servicios y una estrategia de sustitución sostenible de cultivos ilícitos”. Esto también se ha vuelto y gran reto

pues exige convocar a la totalidad de la sociedad civil para que aporte su grano de arena, se apersona de los procesos mediante veedurías ciudadanas o acompañamientos, participe o nombre sus representantes en los diferentes escenarios donde se decidan aspectos claves para la implementación efectiva de un Acuerdo de Paz que ya se inició porque ya existe el Partido FARC, se está en la primera fase de “verdad, justicia y reparación de las víctimas”, pero está en veremos lo del Plan de Desarrollo Agrario Integral.

En adición, en lo referente a los importantes retos de: a) la reconciliación, b) la atención a población vulnerable, c) la construcción de memoria y verdad, d) la justicia transicional y la reparación, e) la prevención de la violencia y el crimen, f) la reforma de las Fuerzas Armadas y de Policía, g) la reconstrucción y el desarrollo económico, h) la estabilización política y la participación del sector privado, la sociedad civil y la comunidad internacional en todos ellos.

En este punto es bueno reconocer que la percepción del país es que el Congreso de la República, con su paquidérmica parsimonia, diversos intereses y visiones descontextualizadas del país, ni siquiera ha iniciado los debates ni las acciones para que el trabajo se realice y, así, enfrentar el reto de desarrollar los temas de cada apartado anterior. Esto porque, ese desarrollo y su respectiva implementación del Acuerdo de Paz, son el gigantesco reto a que se deben enfrentar el pueblo y el próximo presidente de Colombia, pero solo si está comprometido con la paz, que es un derecho constitucional del pueblo colombiano. De resto, ojalá no pase, se volvería a la confrontación armada pero con la participación de las bandas criminales Bacrim y de las que vayan saliendo.

Por otra parte, Colombia no cuenta con los recursos económicos suficientes ni con la voluntad política de la mayoría de los congresistas para la implementación de cada ítem anterior, cada día aparecen nuevos palos a la rueda de la Paz, se presentan nuevos hechos

de violencia y de corrupción (hasta en la Corte Suprema de Justicia), lo que hace muy difícil avanzar en consolidar una Paz justa y duradera. Esto tiñe de gris el panorama de lo que se avecina para el país.

En consideración con esto, la violencia y “la búsqueda de la paz” en general, va mucho más allá de unas negociaciones, ya que con la paz, debe llegar la buena convivencia, el respeto, la amabilidad entre colombianos y con el “cese al conflicto armado” debe finalizar el conflicto político y de intereses, ese que favorece a unos y deja de lado a otros, porque esa es otra manera de herir a la sociedad: con las injusticias, con el sufrimiento, con la necesidad de algo mejor y la decepción por no encontrarlo.

De cualquier modo, todos estos hechos que han sucedido en Colombia, deberían servirnos como promotores para alcanzar la efectividad de paz, y así mismo para cuestionarnos sobre la realidad del gobierno colombiano, claro esta que la mayoría de los hechos que han sucedido en Colombia han sido producto de La corrupción, la falta de equidad y la sugestión que tienen los políticos de nuestra era es impresionante, tan impresionante como las atrocidades que han ocurrido en el país del Sagrado corazón de Jesús o tan impresionantes como la irresolución de los mismos. Y, es por eso que Colombia siendo un gran país se ve a veces débil, porque la ambición de los gobernantes supera los miles de necesidades que tienen todos los colombianos.

CONCLUSIÓN

De esta manera llegamos al resultado final, estos acuerdos de paz son una realidad totalmente inminente y que incitan a luchar por los correctos ideales que se promulgan en la constitución, evocando la necesidad de que prevalezcan los derechos y que se dé por finalizado con una época oscura y de terror, que bajo el yugo de la sangre, el llanto y el sufrimiento termine por sellar un caso más en la historia de este país y que cese por fin la violencia tanto en el país como en nuestros corazones patrióticos, No podemos hacer frente a la violencia con más

violencia, pero sí podemos acabarlo mediante estrategias más didácticas, desde nuestro coraje, desde nuestros valores, desde nuestra integridad, haciendo el llamado a que desde lo más intrínseco de la paz, se enseñe y se trasmita esta como el factor principal y más fundamental dentro de lo que Colombia y el colombiano son.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Cartilla ABC del Acuerdo de Paz. 2016. Disponible en: <http://www.acuerdodepaz.gov.co/sites/all/themes/nexus/files/Cartilla-ABC-del-acuerdo-de-paz.pdf>
2. Fundación Paz & Reconciliación. Las bandas criminales y el postconflicto Disponible en: <http://www.pares.com.co/categoria/documentos-e-informes/>
3. Instrumentos sobre Reconciliación Política en Colombia. Universidad del Rosario, Bogotá D. C. 2017.
4. Teoría de Conflictos de Johan Galtung. Revista de Paz y Conflictos. Universidad de Granada. 2012. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/2050/205016389005.pdf>

ESTATUTO DEL TRABAJO

Daniel Vargas Porras¹

RESUMEN

En este artículo se encuentra expuesto de manera clara que debido a una insuficiencia organizacional por parte del órgano legislador actualmente no existe estatuto al trabajo que es una herramienta esencial y primordial para el buen funcionamiento en cuanto al trabajo y los trabajadores se refiere, además de esto puntualizo en ocasiones esencialidades generales que debe contener el Estatuto del trabajo en caso de ser expedido; debido a que la República de Colombia carece de un estatuto hemos podido evidenciar casos de corrupción como el de Reficar e incluso el pago a congresistas y demás funcionarios del estado.

PALABRAS CLAVE

Estatuto, Trabajo, Corrupción, Trabajador, Sueldo, Inequidad.

ABSTRACT

In this article it is clearly stated that due to an organizational insufficiency on the part of the legislator currently there is no statute to work which is an essential and essential tool for the good functioning in terms of work and workers is concerned, in addition to this I sometimes point out the general essentialities that must be contained in the Labor Statute if it is issued; Because the Republic of Colombia lacks a statute we have been able to show cases of corruption such as Reficar and even the payment to congressmen and other state officials.

KEYWORDS

Statute, Work, Corruption, Worker, Salary, Inequity.

INTRODUCCIÓN

En el año 2017, en Colombia se carece de un estatuto al trabajo que rija las condiciones dignas y además de un estipulación sobre el mínimo vital para el trabajador y su familia siendo el trabajo unos de los pilares esencia y dado por hecho el motor de toda sociedad, se realiza un breve pero sustancioso análisis de la temática dada como problema social, que afecta a más de la mitad los trabajadores colombianos, se critica y se da aporte sobre puntos a tener en cuenta cuando se expida dicho estatuto.

CARENCIA DE UN ESTADO QUE REFLEJE IGUALDAD DE CONDICIONES Y MÍNIMO VITAL PARA UN BUEN SOSTENIMIENTO

“El Congreso expedirá el estatuto del trabajo. La ley correspondiente tendrá en cuenta por lo menos los siguientes principios mínimos fundamentales: Igualdad de oportunidades para los trabajadores; remuneración mínima vital y móvil, proporcional a la cantidad y calidad de trabajo; estabilidad

¹ Estudiante y representante de curso de 2B en el programa de Derecho de la Universidad Libre sede Cartagena. Artículo orientado por Oswaldo Ortiz Colón.

en el empleo; irrenunciabilidad a los beneficios mínimos establecidos en normas laborales; facultades para transigir y conciliar sobre derechos inciertos y discutibles; situación más favorable al trabajador en caso de duda en la aplicación e interpretación de las fuentes formales de derecho; primacía de la realidad sobre formalidades establecidas por los sujetos de las relaciones laborales; garantía a la seguridad social, la capacitación, el adiestramiento y el descanso necesario; protección especial a la mujer, a la maternidad y al trabajador menor de edad. El estado garantiza el derecho al pago oportuno y al reajuste periódico de las pensiones legales. Los convenios internacionales del trabajo debidamente ratificados, hacen parte de la legislación interna. La ley, los contratos, los acuerdos y convenios de trabajo, no pueden menoscabar la libertad, la dignidad humana ni los derechos de los trabajadores².” (C.P.C, 2016, p.91)

Debido a que evidentemente existe una manifestación expresa de carácter público sobre una supuesta expedición del estatuto al trabajo, podemos inferir que parte de la desigualdad y segregación económica en la cual se encuentra sumergida Colombia es debido a la total inexistencia de un Estatuto del trabajo que traiga consigo una reforma sobre los aspectos de mayor primordialidad de los trabajadores en conexidad con una reforma en cuanto al régimen salarial.

A través de varias consultas me he podido informar sobre cuáles serían los puntos de mayor impacto y relevancia en caso dado que el órgano legislativo decida que se publique y que se haga efectivo un estatuto de trabajo: Todo aquel individuo que se encuentre en disponibilidad para trabajar deberá por ley devengar un Salario Mínimo que imperativamente sea indispensable para su sostenimiento y para al menos mantener un núcleo familiar compuesto por 3 individuos más, que este salario devengado pueda cubrir gastos en cuanto a vivienda, alimentación y recreación de refiere; me parece pertinente aclarar y hacer énfasis en cuanto a la expedición

de una escala salarial que deberá tener en cuenta el perfil profesional, desde bachiller hasta el grado más alto en cuanto a nivel educativo se refiere o se pudiera obtener en territorio colombiano; en caso de que exista uno o varios individuos con ese categoría educacional es conveniente el establecimiento primordial de un límite salarial que no supere 10 veces su mismo mínimo vital.

Demás puntos como últimos pero no menos importantes el exceder 40 horas base de trabajo a la semana excepto en casos de trabajo por horas extras, el estado deberá en cierto casos expresados por la ley subsidiar con el medio mínimo vital a una persona que se encuentre en la situación de desempleado pero este buscando activamente un empleo.

El trabajo además de ser un derecho es una obligación social³, que implica la evolución, transformación y avance de toda la sociedad y del país mismo, entonces podemos denotar a primera faz de que puede existir un avance en cuanto a desarrollo económico se refiere si el trabajo pasa a ser una obligación excepto en los casos que previamente exprese la ley, y no solo a desarrollo económico sino también a un aumento en cuanto a calidad de vida y cultura se refiere, además existiera un impacto motivacional en los jóvenes respecto a la conexidad que existe en el estudio y el trabajo.

PROBLEMAS DE CORRUPCIÓN EN CUANTO A PUESTOS DE TRABAJOS SE REFIERE (CONGRESISTAS Y DEMÁS FUNCIONARIOS PÚBLICOS; REFCAR)

Todos sabemos a ciencia cierta que Colombia es un país azotado por el fenómeno de la corrupción, un fenómeno tan grande que nos roba 6 puntos porcentuales del PIB (producto interno bruto), el escándalo más sonado que se pudiera haber evitado con un estatuto del trabajo es el de Reficar, tan inmoral es el caso de desigualdad debido a que según investigación realizadas por la procuraduría y la contraloría existían diferencias salariales entre un técnico

² Artículo 53 de la Constitución Política de Colombia.

³ Artículo 25 de la Constitución Política de Colombia.

en pintura que devengaba un sueldo de \$14.790.000 y una ingeniera química con un salario de \$4.690.000, también se conocen de casos de supervisores con sueldo de hasta \$20.000.000 de pesos versus un persona con un master o maestría en ingeniería con un salario de \$18.787.000 toda este pago de nómina de tiene un costo anual de \$312.000 millones del cual 60% es pagado por Ecopetrol que al ser una empresa parcialmente del estado se puede sacar conclusión que fue pagada prácticamente la nómina, por los ciudadanos colombianos.

Nuestros famosos y amados congresistas que devengan un salario mensual que ronda los \$30 millones de pesos que serían prácticamente \$900 mil pesos diarios, es decir 40 veces más de los que se gana cualquier persona que tenga como nómina el sueldo mínimo, debido a este escándalo han existido varias propuestas en cuanto a la baja de sueldo de los integrantes del órgano legislador se refiere, pero esto no queda solo en los congresistas sino en los demás funcionarios públicos llenos que avaricia que se encuentran salpicados de “mermelada”⁴ como por ejemplo lo son el actual presidente Juan Manuel Santos, Álvaro Uribe, el fiscal

general de la nación e incluso en su tiempo del cargo como procurador, el funcionario público Alejandro Ordóñez.

CONCLUSIÓN

En Colombia se carece de un estatuto laboral después de la constitución de 1991 debido a la no eficacia del órgano legislador en cuanto a organización se refiere. Se infiere además un prevalecimiento sobre los intereses del legislativo y el no cumplimiento de las funciones como órgano encargado de expedir las leyes que rigen a todos. Existe un descuido de la clase trabajadora y el trato digno con sueldo de mínimo vital hacia estos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Congreso visible (04 de agosto del 2010). <http://www.congresovisible.org/proyectos-de-ley/por-la-cual-se-desarrolla-el-articulo-53-de-la-constitucion-y-se-expide-el-estatuto-del-trabajo-estatuto-del-trabajo/5808/#tab=0>
2. Constitución Política de Colombia 1991.

⁴ Mermelada: Connotación despectiva para hacer referencia a actos ilícitos entre funcionarios públicos.

IMPACTO DE LA LEY 1819 DEL 2016 EN EL EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN COLOMBIA

*Tianna Thalía Moreno Pérez*¹

RESUMEN

En este artículo se habla del impacto de la ley 1819 del 2016. Inicialmente se hace una introducción donde se explica la importancia que tienen los tributos para el Estado Colombiano. Seguido a esto se plantean las posturas que se encuentran en contra de la Reforma Tributaria del 2016. También algunas opiniones que reafirman y apoyan la implementación de la misma, y finalmente planteo mi punto de vista de la temática en cuestión, donde demuestro mi inconformidad con la implementación de dicha normativa.

PALABRAS CLAVE

Impacto, Cambio, Emprendimiento, Sistema Impositivo, Colombia.

ABSTRACT

This article discusses the impact of Law 1819 of 2016. Initially an introduction is made explaining the importance of the taxes for the Colombian State, followed to this pose the positions that are against the Tax Reform of 2016, we continue with some opinions that reaffirm and support the implementation of the same, and finally raise my point of view of the matter in question, where I demonstrate my disagreement with the implementation of said legislation

KEYWORDS

Impact, Change, Entrepreneurs, Tax System, Colombia.

INTRODUCCIÓN

El estado, figura creada con el rol principal de asegurar que la población tenga acceso a herramientas de movilidad social como educación, salud, seguridad física y jurídica, infraestructura, telecomunicaciones, energía y crédito, etc., necesita una serie de recursos como los económicos y así lograr el fin por el cual fue creado. Para la obtención de los mismos dispone de ciertas herramientas como la tributación; ingresos de derecho público que consisten en prestaciones pecuniarias obligatorias, impuestos unilateralmente por el Estado.

Por lo anterior, le es de vital importancia al Estado colombiano promulgar normas encaminadas a la obtención de los ingresos necesarios para su propio sostenimiento y el bienestar social de su población, como reflejo de esto vemos la promulgación de la Ley 1819 de 2016, por medio de la cual se adopta una reforma tributaria estructural, se fortalecen los mecanismos para la lucha contra la evasión y la elusión fiscal, y se dictan otras disposiciones, como consecuencia de la realización

¹ Estudiante del programa de Derecho de la Universidad libre, sede Cartagena. Artículo orientado por el Docente Oswaldo Enrique Ortiz Colón.

del hecho imponible al que la Ley vincule en el deber de contribuir.

Los fines de la Ley Tributaria 1429 de 2010, reformada por la Ley 1819 de 2016 ‘fueron’ la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas, reflejándose el esfuerzo del Estado por fomentar la creación de nuevas empresas de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse. Reforma que atraído consigo distintas posturas, hay quienes la apoyan y quienes la critican.

Dentro de las críticas encontramos que no se tienen los mismos beneficios en cuanto a la progresividad en el pago del impuesto sobre la renta, el pago de los impuestos de industrias y comercio, y el pago en matrícula mercantil y su renovación.

COMPARACIÓN PORCENTUAL EN PAGOS DE IMPUESTOS		
Años	Ley 1429/10	Ley 1819/16
1 y 2	0%	9%
3	25%	25%
m4	50%	50%
5	75%	75%
6 en adelante	100%	100%

Fuente: German Corcho Trochez

Como podemos observar en la gráfica la ley 1429 del 2010 contaba con beneficios que facilitaban la estabilización de la nueva empresa durante sus primeros seis años, ya que tenía como objetivo “Facilitar a las nuevas empresas descuentos durante sus primeros años para la primera fase de su vida empresarial y que pudieran sobrepasar el ‘valle de la muerte’, como se le denomina a los primeros tres años” (Corcho, 2014)²

1. El aumento del IVA que disminuye a los potenciales compradores de todos aquellos

productos que se encuentran gravados, lo que disminuiría los clientes por que se aumentan los precios y se tienen bajos ingresos.

2. Se elimina el CREE que exoneraba a las pequeñas empresas de los pagos parafiscales y gravaba los grandes patrimonios de personas jurídicas y naturales, este se elimina favoreciendo a las grandes empresas.
3. Se afectó el costo de las plataformas digitales, por el aumento a los impuestos en los planes de internet y software, limitando así la creación de empresas digitales porque aumenta el costo.

Por otra parte, no todas las opiniones han sido negativas, también encontramos:

1. Unificación de impuesto de renta: se elimina el CREE y la sobre tasa del CREE y solo queda el impuesto de la renta.
2. Se puede deducir el IVA sobre los bienes de capital utilizados en procesos productivos.
3. Se hacen descuentos al impuesto sobre la renta a las empresas que hagan algunas donaciones.

ALGUNOS EFECTOS SECUNDARIOS

1. Puede desacelerar el desarrollo económico por que una de las bases de la economía es la creación de empresas, la creación de empresas genera
2. Nuevos productos
3. Nuevos empleos
4. Focos de inversión
5. Pérdida de capacidad de gasto: al no generarse nuevas empresas se pierde dinero y no hay suficiente dinero para gastos e inversión, lo cual afecta el bienestar general de la población.
6. Desalienta actividades sujetas al impuesto: la mayoría de las empresas se van a dedicar a las actividades donde se deba pagar menos impuestos, por ejemplo, la nueva empresa no se puede orientar por el sector digital por estar este muy agravado tanto lo que se refiere al software, hardware y planes de internet.

² La Republica, 26 de abril del 2014, German Corcho Trochez.

CONCLUSIÓN

Podemos inferir que hay mayores elementos en contra de la creación de empresa que a favor, ya que aspectos muy puntuales y bajo determinadas condiciones son los que benefician la creación de pequeñas empresas. Algunos de los beneficios que reciben las pequeñas empresas, los reciben las grandes empresas, en cambio las grandes empresas reciben grandes exoneraciones que no se dan para el pequeño empresario, lo cual muestra una disposición del legislador a apoyar a las empresas de grandes capitales lo cual crea una competencia inequitativa respecto a la pequeña empresa, que ya de por sí está en desventaja dado que se constituye con pequeños capitales y es nueva en el mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Como la reforma tributaria afecta a los emprendedores. <http://mprende.co/crear-empresa/c%C3%B3mo-la-reforma-tributaria-afecta-los-emprendedores-parte-1>
2. Corcho, G. (2004). Dificultades y altos costos para crear empresas afectan a todo emprendedor. Recuperado de <https://www.larepublica.co/empresas/dificultades-y-altos-costos-para-crear-empresa-afectan-a-todo-emprendedor-2114786>
3. Pino, C. E. (2011). Beneficios tributarios consagrados por la ley 1429 del 2010. Recuperado de <https://www.consultame.co/index.php/articulos/aspectos-contables-y-tributarios/aspectos-tributarios/procedimiento-tributario/506-beneficios-tributarios-consagrados-por>

LA JURISDICCIÓN ESPECIAL PARA LA PAZ, COMO MEDIO DE RESOLUCIÓN JURÍDICA Y POLÍTICA DEL CONFLICTO ARMADO EN COLOMBIA

Marian Ortiz Rangel

RESUMEN

Como desarrollo del Sistema Integral de Verdad, Justicia, Reparación y No Repetición de las víctimas del conflicto armado, pactado en el acuerdo de Paz del Teatro Colón, firmado por el Estado Colombiano y el grupo insurgente FARC-EP, el 24 de noviembre de 2016 y con el fin de construir una paz estable y duradera, se diseñó un mecanismo de Justicia Transicional, mediante la cual se juzgaran los actos atroces atentatorios contra los Derechos Humanos y el Derecho Internacional Humanitario que permitiera el paso a la vida civil con todas las garantías legales y Constitucionales de los grupos insurgentes, y por consiguiente, la finalización del conflicto.

PALABRAS CLAVE

Paz, Derechos Humanos, verdad, Reparación, Constitución, Justicia Transicional, Conflicto armado, Acto legislativo, Acuerdo.

ABSTRACT

As a development of the Comprehensive System of Truth, Justice, Reparation and Non-Repetition of the victims of the armed conflict, agreed in the agreement of Peace of the Colón Theater, signed by the Colombian State and the insurgent group FARC-EP, on November 24, 2016 and in order to build a stable and lasting peace, a mechanism of Transitional Justice was designed, by which to judge the atrocious acts against Human Rights and International Humanitarian Law that allowed the passage to civil life with all the guarantees legal and constitutional elements of the insurgent groups, and, thus the end of the conflict.

KEYWORDS

Peace, Human Rights, truth, Reparation, Constitution, Transitional Justice, armed conflict, legislative act, agreement.

INTRODUCCIÓN

Colombia transita por el modelo de Justicia Transicional y este artículo es un breve análisis de la Jurisdicción Especial para la Paz (JEP), como primer mecanismo de enjuiciamiento extraordinario de las conductas violatorias de los Derechos Humanos y del Derecho Internacional Humanitario, ocurridas en el marco del conflicto armado colombiano por más de cinco décadas, cuya finalidad es la construcción de una Paz Estable y Duradera, mediante la resolución política y jurídica del conflicto armado.

Para lo cual, haremos una descripción del desarrollo conceptual de la Jurisdicción Especial para la Paz, de la entrada en funcionamiento y plazo de conclusión de la JEP, la definición de las Características de la Justicia Transicional o Restaurativa y diferencia con la Justicia Ordinaria o Retributiva,

una breve reseña histórica y La composición orgánica y el fundamento Constitucional.

Este conciso análisis es el resultado del estudio de un tema de trascendental importancia en la dinámica social del pueblo Colombiano, que tiene como finalidad aportar algunos elementos de juicios que sirvan como parámetros, para el entendimiento teórico desde el punto de vista jurídico.

1. CONCEPTO DE JUSTICIA ESPECIAL PARA LA PAZ

La Jurisdicción Especial Para la Paz, es un modelo de justicia transicional, alternativo, mediante el cual se juzgan las conductas punibles cometidas en el marco de un conflicto armado, hace parte del componente judicial del Sistema Integral de Verdad, Justicia, Reparación y No Repetición de las víctimas del conflicto armado, pactado entre El gobierno y el grupo insurgente FARC EP. Este mecanismo de justicia estará encargado de investigar, esclarecer y sancionar las violaciones al Derecho Internacional Humanitario que hayan tenido lugar en el contexto de dicho conflicto.

La jurisdicción especial para la paz, surge como finalidad esencial de alcanzar la revelación plena de la verdad y la atribución apropiada de responsabilidades¹ a los actores materiales e intelectuales que de manera directa e indirecta participaron en la comisión de conductas que transgredieron derechos protegidos por el ordenamiento jurídico interno e internacional, y como, un medio o fórmula fundamental de resolución política y jurídica, de un conflicto bélico.

2. INICIO Y PLAZO PARA LA ENTRADA EN FUNCIONAMIENTO Y CONCLUSIÓN DE LA JURISDICCIÓN ESPECIAL PARA LA PAZ

La entrada en funcionamiento y el plazo para la conclusión de las funciones de la JEP ha sido establecido en el Acto Legislativo N 01 del 4 de abril de 2017, en su artículo transitorio N 15 que

¹ Carlos Bernal Pulido, Gerardo Barbosa Castillo, Andrés Rolando Ciro Gómez, Justicia Transicional: Retos teóricos Volumen 1.

dispuso: “La JEP entrará en funcionamiento a partir de la aprobación de este Acto Legislativo sin necesidad de ninguna norma de desarrollo, sin perjuicio de la aprobación posterior de las normas de procedimiento y lo que establezca el reglamento de dicha jurisdicción. El plazo para la conclusión de las funciones de la JEP consistentes en la presentación de acusaciones por la Unidad de Investigación y Acusación, de oficio o como consecuencia de las resoluciones de la Sala de Reconocimiento de Verdad, de Responsabilidad y Determinación de los Hechos y las Conductas, será de 10 años contados a partir de la entrada efectiva en funcionamiento de la totalidad de las salas y secciones de la JEP, Y un plazo posterior de 5 años más para concluir su actividad jurisdiccional, plazo este último que de ser necesario podrá ser prorrogado mediante ley, para concluir su actividad, a solicitud de los magistrados de la JEP. El plazo para recibir informes por la Sala de Reconocimiento de Verdad, de Responsabilidad y Determinación de los Hechos y las conductas será de 2 años desde que se haya constituido la totalidad de las salas y secciones de la JEP y podrá prorrogarse por la misma Sala hasta completar un periodo máximo de 3 años, salvo causa excepcional debidamente motivada en la que el plazo podrá ser moderadamente extendido por la Sala de Reconocimiento de Verdad, de Responsabilidad y Determinación de los Hechos y las conductas.” (...)

3. CARACTERÍSTICAS DE LA JUSTICIA TRANSICIONAL O RESTAURATIVA Y DIFERENCIA CON LA JUSTICIA ORDINARIA O RETRIBUTIVA

De este mecanismo de Justicia Transicional se pueden definir las siguientes características y las diferencias frente al mecanismo de justicia ordinaria.

3.1. CARACTERÍSTICAS

- a. Es un tribunal que se designa para impartir justicia sobre casos específicos, sobre situaciones excepcionales atentatorias contra los Derechos Humanos y el derecho Internacional Humanitario.

- b. Es un procedimiento temporal limitado en el tiempo, no es de carácter permanente.
- c. La sanción tiene un carácter restaurador, no retributivo.
- d. Búsqueda de la verdad plena, el resarcimiento de los derechos de las víctimas y garantía de la No repetición de los actos violatorios de los Derechos Humanos.
- e. Como medio jurídico para la resolución de un conflicto armado.

3.2. DIFERENCIAS

- a. En la justicia Retributiva el crimen es un acto en contra del Estado, una violación de una ley, mientras que en la Justicia Restaurativa el crimen es un acto contra otra persona y la comunidad.
- b. En la Justicia Retributiva el sistema de justicia criminal controla el crimen, mientras que en la Justicia Restaurativa el control del crimen yace primeramente en la comunidad.
- c. En la Justicia Retributiva la responsabilidad del culpable se define como imposición de castigo, mientras que en la Justicia Restaurativa la responsabilidad se define como la carga de una culpa y la toma de acciones para reparar el daño.
- d. En la Justicia Retributiva las víctimas son secundarias al proceso, mientras que en la Justicia Restaurativa las víctimas son centrales en el proceso de resolución del crimen.
- e. En la Justicia Retributiva la comunidad está al margen, representado abstractamente por el Estado, mientras que en la Justicia Restaurativa la comunidad es mediadora en el proceso².

4. ANTECEDENTE HISTÓRICO DE LA JEP

El modelo de justicia transicional diseñado para la resolución del conflicto armado en Colombia, encuentra sus orígenes históricos en los procesos de juzgamientos de los conflictos bélicos, situados en la segunda guerra mundial, la primera referencia de tribunal ad hoc es el Tribunal de Núremberg, conocido inicialmente como Tribunal Militar de Núremberg (TPMN)

creado por medio del acuerdo de Londres del 8 de agosto 1945³, con objetivo de poner fin a la impunidad de crímenes contra la humanidad y garantizar la justicia internacional.

El tribunal de Núremberg constituye uno de los primeros precedentes de aplicación de Justicia Transicional que sirvió de fuente de nacimiento del desarrollo normativo de los Derechos Humanos y del Derecho Internacional Humanitario.

Otros referentes históricos los encontramos en el Tribunal de la antigua Yugoslavia y el Tribunal de RUANDA, respectivamente creados por El Consejo de Seguridad de la ONU, mediante Resolución 827 del 25 de mayo de 1993 y la Resolución 955 del 8 de noviembre de 1994, para el juzgamiento de actos de genocidios y violaciones de los Derechos Humanos y del Derecho Internacional Humanitario.

Es importante señalar de que previo a la creación del Tribunal de la antigua Yugoslavia y de RUANDA, ya existían avances normativos respecto sobre la defensa de los Derechos Humanos e igualmente un desarrollo normativo sobre el Derecho Internacional Humanitario.

5. ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA JURISDICCIÓN ESPECIAL PARA LA PAZ

Este procedimiento sui generis de administración de justicia, que se desarrolla en cumplimiento del punto número 5 del numeral 5.1 del Acuerdo de Paz del Teatro Colón, firmado el 24 de noviembre del año 2016, por el Estado Colombiano y el grupo guerrillero de las FARC-EP, que estableció el Sistema Integral de Verdad, Justicia, Reparación y No Repetición”, en el cual se incluyó, como compromiso el componente de la Jurisdicción Especial para la Paz dentro del sistema; cuya jurisdicción especial se “constituyó por una serie de salas de justicia, entre las que se incluye una Sala de Amnistía e Indulto, y un Tribunal para la Paz, para administrar justicia e investigar, esclarecer, perseguir y sancionar las graves violaciones a los derechos humanos y las graves infracciones

² Centro Para Solucionar Conflictos. Justicia Retributiva vs Justicia Restaurativa.

³ Origen y fundamentos de la justicia transicional. Marzo 2014. Revista Vínculos Vol. 11 Numero 1. Pág. 126.

al Derecho Internacional Humanitario. La Jurisdicción Especial para la Paz hace parte del Sistema Integral de Verdad, Justicia, Reparación y No Repetición, y al ocuparse exclusivamente y de manera transitoria de las conductas relacionadas directa e indirectamente con el conflicto armado, no implica la sustitución de la jurisdicción ordinaria⁴.

Esta jurisdicción extraordinaria se estructuró teniendo como base de irradiación para su implementación los siguientes principios: El reconocimiento de las víctimas, El reconocimiento de responsabilidad, Satisfacción de los derechos de las víctimas, La participación de las víctimas, El esclarecimiento de la Verdad, La reparación de las víctimas, Las garantías de protección y seguridad, La garantía de no repetición, Principio de reconciliación y Enfoque de derechos.

En concordancia con lo anterior la Jurisdicción Especial para la Paz, operará a través de dos procedimientos; uno, cuando hay reconocimiento de verdad y reconocimiento de responsabilidad y el otro, cuando hay ausencia de reconocimiento de verdad y responsabilidad que se harán efectivos a través de los órganos que componen la Jurisdicción Especial para la Paz, la cual estará integrada por los siguientes⁵:

- Sala de reconocimiento de la verdad, de responsabilidad y de determinación de los hechos y conductas.
- El Tribunal para la Paz.
- Sala de Amnistía o Indulto.
- Sala de definición de situaciones jurídicas, para los casos diferentes a los literales anteriores o en otros supuestos no previstos.
- Unidad de Investigación y Acusación, la cual debe satisfacer el derecho de las víctimas a la justicia cuando no haya reconocimiento colectivo o individual de responsabilidad.

6. FUNDAMENTO CONSTITUCIONAL DE LA JURISDICCIÓN ESPECIAL PARA LA PAZ

El componente de Justicia Transicional pactado en el Acuerdo de Paz del Teatro Colón, entre

4 Acuerdo final de paz, firmado entre El Estado y las FARC-EP, firmado el 24 de noviembre de 2016, pág. 129

5 Acuerdo final de paz, firmado entre El Estado y las FARC-EP, firmado el 24 de noviembre de 2016, pág. 152.

el Estado colombiano y las FARC-EP, haya su sustento Constitucional, en el Artículo 22 de la Constitución Política, que consagra el derecho a la Paz⁶, y como desarrollo de este, en los Actos Legislativos 01 de 2012⁷ y el Acto Legislativo 01 de 4 de abril de 2017⁸. Actos Legislativos que habilitan Constitucionalmente la construcción de instrumentos jurídicos que de manera efectiva posibilitaran o permitieran la solución o terminación del conflicto armado en Colombia.

Igualmente se puede decir que la JEP, encuentra también un respaldo Constitucional en el Artículo 93⁹ de la Constitución Política Colombiana, en el sentido de que los tratados y convenios internacionales ratificados por el Estado Colombiano en materia de los Derechos Humanos y de Derecho Internacional Humanitario, se configuran en normas vinculantes de carácter obligatorio por considerarse parte integrante del ordenamiento interno, es decir, del Bloque de Constitucionalidad.

También en la decisión de la Corte Constitucional en Sentencia C-630 del 11 de octubre de 2017, en la cual, la Corte declara la exequibilidad del Acto Legislativo 01 de 2017, para lo cual manifestó: *“la paz es un objetivo de primer orden dentro del modelo de organización política adoptado por la Constitución”* y señaló que esa privilegiada posición de la paz encuentra apoyo (a) en los motivos que impulsaron la adopción de la Constitución de 1991, (b) en su condición de presupuesto para el ejercicio de los derechos, (c) en el reconocimiento que de ella se hace en el preámbulo de la Carta y (d) en su consagración como valor, deber y derecho en el artículo 22 de la Constitución. Se trata entonces de un reconocimiento de la condición ética del ser humano conforme a la cual una sociedad sólo puede subsistir si sus miembros se obligan, entre sí, a respetar los derechos humanos. Indicó la Corte que, aunque el Acuerdo Final no es la única forma de concretar el valor y el derecho a la Paz, sí constituye un instrumento en esa dirección¹⁰.

6 Constitución Política de Colombia. Artículo 22.

7 Acto Legislativo 01 de 2012.

8 Acto Legislativo 01 de 4 de abril de 2017.

9 Constitución Política de Colombia. Artículo 93.

10 Corte Constitucional. Comunicado N 51.

CONCLUSIÓN

La paz es un derecho y un deber de obligatorio cumplimiento como así lo consagra el Artículo 22 de la Constitución Política Colombiana y en virtud de la materialización del mismo, el Estado Colombiano debe diseñar los instrumentos jurídicos de orden Constitucional y legal para garantizar de manera efectiva la armonía social y el respeto a los Derechos Humanos

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Acto Legislativo 01 de 2012. Disponible en <http://www.fiscalia.gov.co/jyp/wp-content/uploads/2012/07/Acto-Legislativo-01-de-2012.pdf>
2. Acto Legislativo 01 de 4 de abril de 2017. Disponible en <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/ACTO%20LEGISLATIVO%20N%C2%B0%2001%20DE%204%20DE%20ABRIL%20DE%202017.pdf>
3. Acuerdo final de paz, firmado entre El Estado y las FARC- EP, firmado el 24 de noviembre de 2016, pág. 129- Disponible en <http://www.altocomisionadopalapaz.gov.co/procesos-y-conversaciones/Documentos%20compartidos/24-11-2016NuevoAcuerdoFinal.pdf>
4. Acuerdo final de paz, firmado entre El Estado y las FARC- EP, firmado el 24 de noviembre de 2016, pág. 152- Disponible en <http://www.altocomisionadopalapaz.gov.co/procesos-y-conversaciones/Documentos%20compartidos/24-11-2016NuevoAcuerdoFinal.pdf>
5. Acuerdo final de paz, firmado entre El Estado y las FARC- EP, firmado el 24 de noviembre de 2016, pág. 224- Disponible en <http://www.altocomisionadopalapaz.gov.co/procesos-y-conversaciones/Documentos%20compartidos/24-11-2016NuevoAcuerdoFinal.pdf>
6. Carlos Bernal Pulido, Gerardo Barbosa Castillo, Andrés Rolando Ciro Gómez, Justicia Transicional: Retos teóricos Volumen 1.
7. Centro Para Solucionar Conflictos. Justicia Retributiva vs Justicia Restaurativa. Disponible en http://www.cscsb.org/espanol/retribution_vs_restoration_espanol.html
8. Constitución Política de Colombia. Artículo 22. Disponible en <http://www.corteconstitucional.gov.co/inicio/Constitucion%20politica%20de%20Colombia%20-%202015.pdf>
9. Constitución Política de Colombia. Artículo 93. Disponible en <http://www.corteconstitucional.gov.co/inicio/Constitucion%20politica%20de%20Colombia%20-%202015.pdf>
10. Corte Constitucional. Comunicado N 51. Disponible en <http://www.corteconstitucional.gov.co/comunicados/No.%2051%20comunicado%2011%20de%20octubre%20de%202017.pdf>
11. Origen y fundamentos de la justicia transicional. Marzo 2014. Revista Vínculos Vol. 11 Número 1. Pág. 126. Disponible en <http://revistavinculos.udistrital.edu.co/files/2015/02/Origen-y-fundamentos-de-la-justicia-transicional.pdf>
12. Wikipedia La enciclopedia Libre. Tribunal Penal Internacional para la ex Yugoslavia. Disponible en https://es.wikipedia.org/wiki/Tribunal_Penal_Internacional_para_la_ex_Yugoslavia
13. Wikipedia La enciclopedia Libre. Tribunal Penal Internacional para Ruanda. Disponible en https://es.wikipedia.org/wiki/Tribunal_Penal_Internacional_para_Ruanda

LA LIBRE EXPRESIÓN Y EL PERJUICIO DE LLEGAR A LOS EXTREMOS

Yeluxa Castillo Contreras¹

RESUMEN

La libre expresión es un derecho fundamental, en Colombia le es concedido a toda persona, pero al parecer no se ha hecho la pedagogía correspondiente para el uso de este derecho, ya que en su desarrollo se incurren en dos grandes errores: el primero, es que este es vulnerado, la mayoría de las veces por las potencias del país y en el segundo error, incidimos gran parte de las personas -por no decir que todos- y es cuando abusamos de este derecho hablando a la ligera, sin temor al daño que se pueda ocasionar, sin ninguna responsabilidad social y con descarada exigencia.

PALABRAS CLAVE

Libre expresión, Derecho, Responsabilidad, Libertinaje.

ABSTRACT

Free expression is a fundamental right, in Colombia it is granted to every person, but it seems that the corresponding pedagogy has not been made for the use of this right, since in its development two major mistakes are made: the first is that this is violated, most of the times by the powers of the country and the second mistake is that we affect a lot of people –not to say everyone- and that is when we abuse this right by speaking lightly, without fear of harm that can be caused, without any social responsibility and with blatant demand.

KEYWORDS

Free expression, Right, Responsibility, Debauchery.

INTRODUCCIÓN

Con este artículo, se busca explicar de manera clara uno de los derechos fundamentales que nos garantiza la Constitución Política de Colombia, por el simple hecho de ser personas como lo es el derecho a la libertad de expresión, la prensa y demás entidades, muchas veces tergiversan la información a dar para maquillar la realidad que se vive en el país. De igual modo, a pesar de ser un derecho que nos compete, también como personas estamos en la obligación de ejercerlo con responsabilidad manejando límites en nuestra forma de transmitir información.

LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN COMO DERECHO FUNDAMENTAL

La Real Academia, define al derecho como un conjunto de principios y normas, expresivos de una idea de justicia y de orden, que regulan las relaciones humanas en toda sociedad y cuya observancia puede ser impuesta de manera coactiva.

¹ Estudiante de primer año del programa de Derecho de La Universidad Libre sede Cartagena. Artículo orientado por el docente Oswaldo Ortiz Colón.

Toda persona es digna de derecho, pero al yo ejercer mi derecho se hace necesario adquirir una responsabilidad con los derechos de los demás, claramente lo expresa el filósofo y activista político, Jean-Paul Sartre cuando expone: “mi libertad termina donde empieza la de los demás”, somos seres sociales, vivimos en comunidad y en este convivir se hace indispensable dejar de confundir la libertad con el libertinaje, y es que es una línea que se torna algo delgada, casi imperceptible cuando hablamos del derecho a libre expresión, aunque se trate de un individuo frente a la sociedad o incluso del gobierno en contra del Estado.

El 10 de diciembre de 1948, se da en París la Declaración Universal de los Derechos Humanos, adoptados por la Asamblea General de las Naciones Unidas, de la cual son pertenecientes Colombia y Venezuela. Este documento abarca 30 artículos considerados esenciales para el ser humano; dentro de este conjunto de derechos, encontramos en el artículo 19 el derecho a la libre expresión:

“Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

En Colombia, este derecho se ve respaldado por la constitución en el artículo 20 el cual manifiesta:

“Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura”

Así mismo, en Venezuela, la constitución reconoce el derecho a la libertad de expresión en el artículo 57 el cual expone:

“Toda persona tiene derecho a expresar libremente sus pensamientos, sus ideas u opiniones de viva voz, por escrito o mediante cualquier otra forma de expresión, y de hacer uso para ello de cualquier medio de comunicación y difusión, sin que pueda establecerse censura. Quien haga uso de este derecho asume plena responsabilidad por todo lo expresado. No se permite el anonimato, ni la propaganda de guerra, ni los mensajes discriminatorios, ni los que promuevan la intolerancia religiosa. Se prohíbe la censura a los funcionarios públicos o funcionarias públicas para dar cuenta de los asuntos bajo sus responsabilidades”.

Después de más de 60 años, desde que se proclamaron los Derechos Humanos hasta ahora, aun se registran cantidad de casos en los que se evidencia la vulneración del derecho a la libre expresión. Estos años, no fueron suficientes para identificarlo como un derecho indispensable para el ser humano, el dar nuestra opinión, exigir nuestros derechos e informar es totalmente necesario.

En Venezuela en los últimos tres años, evidentemente se ha visto un incremento notorio en la violación de este derecho, en el que los mayores victimarios han sido los funcionarios del estado y los cuerpos de seguridad nacional, en agosto de este año fueron cerrados 50 medios de comunicación por razones injustificadas y también se han registrado 72 muertes, durante protestas en los meses de abril a junio, varias de estas muertes fueron provocadas por funcionarios de la guarda bolivariana. En Colombia, de igual forma, se registra un importante número de casos de violación a este derecho y en su gran mayoría cuando la agresión viene de parte de un funcionario público queda en impunidad. La Universidad Antonio Nariño, en su proyecto PAN, trabaja por la promoción de la libre expresión, manifestando que en Colombia no hay un ambiente propicio para el ejercicio de este derecho y que hay desigualdad en el acceso a las noticias; en el caso de la política, no todos poseen igual oportunidad de difundir sus ideas a través de los medios de

comunicación y en cuanto al libre acceso, la región pacífica es quien tiene menos difusión de información.

El gobierno y los que poseen el poder político, son quienes controlan los medios de comunicación, tomando como referencia los dos países mencionados con anterioridad, no se tiene tranquilidad al exponer una opinión, tampoco se recibe información veraz y no se puede dar una opinión sin sentirse susceptible a ataques políticos o de parte del gobierno, muy a pesar de que es un derecho adoptado internacionalmente y reconocido como un derecho fundamental en la constitución de los respectivos países, es difícil levantar la voz frente a un poder político o frente a un par de medios de comunicación comprados por el gobierno.

ABUSO DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

El problema con la libre expresión no es únicamente que esta se viole, también hay otro del cual muchas veces hemos sido víctimas y muy seguramente también victimarios.

La problemática, radica en el abuso de este derecho que muchas veces no empleamos con conciencia, y la mayoría de las veces damos una opinión sin importar la forma en la que transmitimos, he allí donde se confunde la libertad con el libertinaje.

Así como lo afirma Benito Juárez: “entre los individuos, como entre las Naciones, el respeto al derecho ajeno es la paz”. De este modo, nos vemos en la obligación de hacer uso sensato de este derecho y respetar de igual modo las opiniones de las demás personas sin exagerar y resguardar nuestro libertinaje con que poseemos el derecho a la libre expresión y de igual manera podemos opinar libremente.

En su columna de opinión, Ramses Vargas (2015)², manifiesta: “Cualquier frase puede resultar ofensiva según el tono con la que se pronuncie o se escriba y aunque nadie prohíba expresarla de una u otra forma, sí puede ser

un acto de responsabilidad personal hacer la manifestación sin agredir y sin provocar resentimientos en el otro”.

Un ejemplo claro de este abuso es con la polémica de las religiones. Notoriamente, en el mundo hay diferentes formas de pensar y percibir las cosas, por lo tanto debemos respetar las creencias de las demás personas, y si opinamos que sea de modo positivo ya sea que estemos de acuerdo con la religión o no. Vargas (2015) expone que: “El papa Francisco durante su reciente visita a Filipinas se fue al centro de la polémica expresando que “en cuanto a la libertad de expresión, cada persona no solo tiene la libertad, sino la obligación de decir lo que piensa para apoyar el bien común (...) Pero sin ofender, porque es cierto que no se puede reaccionar con violencia. Hay límites a la libertad de expresión, especialmente cuando insulta o ridiculiza la fe de uno”.

No solamente se encuentra abuso en este derecho con respecto a la polémica de la fe de cada persona, sino además en diversos puntos que se abarcan en la sociedad, se ve evidenciado de manera notoria. Así mismo, debemos ejercer nuestro derecho y respetar el derecho del otro y de este modo poder convivir en una sociedad donde vivamos en paz, tolerando las diversas formas de pensar.

CONCLUSIÓN

Finalmente destacamos que la libre expresión es una norma internacional, y no solo eso, Colombia al igual que otros países han reafirmado que es un derecho fundamental y que todos estamos en el derecho de exigirlo aunque a muchos se le es violado descaradamente y es indignante encontrar que los que tienen en sus manos la autoridad de un país ya sea económica o política son los que más le levantan en contra de este derecho y sin que esto fuera poco encontramos desde el otro extremo, el uso excesivo de libertad de expresión que corrompe el fin de este derecho, podemos ver como irresponsablemente, levantamos juicios y opiniones indiscriminadas contra cualquier persona sin importar qué tanto

² Vargas, R. (2015). Responsabilidad y libertad de expresión.

le afecte. Es tiempo de rescatar este derecho de exigirlo y usarlo con respeto, de levantar la voz, defendiendo nuestra causa y tolerar la forma de pensar de nuestro prójimo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Cevedo, M. Jean Paul Sartre. Recuperado en: <http://www.monografias.com/trabajos35/jean-paul-sartre/jean-paul-sartre.shtml>
2. Comunicados, Noticias. (2017). Violación Libre expresión en Venezuela. Recuperado en: <http://espaciopublico.org/relatoria-especial-condena-cierre-mas-50-medios-venezuela-sin-garantias-legales-motivos-relacionados-linea-editorial/>
3. Declaración Universal de Derechos Humanos. (1948). Declaración Universal de Derechos Humanos. Recuperado en: http://www.derechoshumanos.net/normativa/normas/1948-DeclaracionUniversal.htm?gclid=EAIaIQobChMluYbjr-as1glVRUOGCh2onA_2EAAYASAAEgIUn_D_BwE
4. El proyecto Antonio Nariño-PAN. (2012). Recuperado en: <http://www.pan.org.co/?q=node/261>
5. La Real Academia Española. Recuperado en: <http://www.rae.es/la-institucion> , <http://dle.rae.es/?id=CGv2o6x>
6. Vargas, R. (2015). Responsabilidad y libertad de expresión. Recuperado en: <https://www.elheraldo.co/columnas-de-opinion/responsabilidad-y-libertad-de-expresion-181664>
7. Violación libre expresión en Colombia. Recuperado en: <http://www.semana.com/noticias/libertad-de-expresion/103895>

MONOPOLIZACIÓN DEL PODER POLÍTICO E IDEOLÓGICO POR LOS PARTIDOS TRADICIONALES

María José Cuevas Flórez¹

RESUMEN

Encontraron la división de poder político entre dos partidos que gobernaron durante más de 100 años una nación, que se vio obligada y limitada a escoger entre dos ideologías. No es hasta el siglo XX que Colombia comienza a tener otra oportunidad de escogencia con el surgimiento de nuevos partidos políticos.

PALABRAS CLAVE

Partidos Políticos, ideología, Liberales, Conservadores.

ABSTRACT

We found the division of power between the two governing parties for more than 100 years a nation seen bound and limited to choose between two ideals. It was not until the 21st century that the Colombian people begins to have greater opportunity of choice with the emergence of new political parties.

KEYWORDS

Political parties, ideology, Liberals and conservatives.

INTRODUCCIÓN

Colombia en su historia no se caracteriza por tener variedad de partidos políticos como otras naciones lo hacen por tener gran influencia, si bien es cierto que actualmente contamos con catorce partidos políticos la mayoría de ellos están suscritos desde 1990 a diferencia de dos que son los que siempre han estado presentes en la política colombiana desde años posteriores a la independencia para así poderse alejar del poder español con el que contábamos, estos partidos son el partido Liberal y Conservador que marcaron el curso del país durante mucho tiempo.

Los partidos políticos surgen después de la independencia como un gremio de personas con “intereses generales”, que se supone que buscan ser representantes del bien común, tenían por objeto el poder público. Todas estas uniones se dan por quienes impulsaron la independencia, los cuales eran personas con poderío económico en diferentes partes del territorio, no podían imponerse unos sobre otros ya que mantenían un nivel económico similar. Construyendo alianzas entre quienes tenían poder económico e ideológico similar.

¹ Estudiante de segundo año del programa de derecho de la Universidad Libre sede Cartagena. Artículo orientado por el docente Oswaldo Ortiz Colón.

ORIGEN DEL PARTIDO LIBERAL Y EL PARTIDO CONSERVADOR

Los partidos políticos surgen con fuerza después de la muerte del libertador Simón Bolívar, así comenzó una lucha de poder. En la convención de Ocaña² se escucha por primera vez que se le denominan como liberal a los partidos de Francisco de Paula Santander, él era opositor a las ideas de Simón Bolívar expresadas en esta convención, por esto se han llegado a referir a ellos como el partido de Santander. El partido liberal es fundado en 1848 por José Ezequiel Rojas, como todo liberal de la época se oponía a las ideas de Simón Bolívar, su participación en la noche septembrina contra Bolívar le conllevó a ser desterrado; regresa en 1832 y comienza su vida política, es uno de los máximos referentes de las ideas progresistas de la época, tras la muerte de Santander y Vicente Azuero³ se convirtió en el principal ideólogo del liberalismo que surgía en la nación. Funda un partido Liberal basado en la libertad y la equidad; habla sobre la libertad que tienen los ciudadanos pero entiende que esta solo será alcanzada si cumple ciertas satisfacciones económicas y sociales, La RAE define como libertad la facultad natural que tiene el hombre de obrar de una manera o de otra, y de no obrar, por lo que es responsable de sus actos.⁴ Basada en la equidad, distribución de los ingresos y de la riqueza, refiriéndose también a la igualdad de oportunidades e igualdad de condiciones. Una condición para que se cumpla la equidad que tanto añoran es que el estado entre como agente responsable, que garantice la seguridad económica que es lo que permite hacer realidad la equidad. Se puede deducir que el objetivo del Partido Liberal es y era buscar el bienestar de la población más maltratada socialmente por las altas familias.

² La Convención de Ocaña fue una asamblea constituyente que se desarrolló en la ciudad colombiana de Ocaña entre el 9 de abril y el 10 de junio de 1828. Su objetivo era reformar la Constitución de Cúcuta y resolver los problemas en la República.

³ Exponente progresista, uno de los principales colaboradores de Santander en la organización del país.

⁴ RAE, Real Academia Española.

El surgimiento del Partido Conservador comienza durante la presidencia de Santander, aunque sus miembros de identificaban como republicanos y constitucionalistas profesaban otras ideas, tenían pensamientos retrógrados ya que querían basar una forma de gobierno con ideas semejantes a las de la sociedad colonial, además eran reacios a las ideas surgidas con la ilustración y las revoluciones liberales, no apoyaban pensamientos de independencia y república, mucho menos libertades, derechos y la igualdad social de los ciudadanos, defendían la tradición y prevalecía privilegiar a las elites criollas, hijos de españoles, dentro del orden social. Las ideas retrogradadas se vieron reflejadas en la constitución de 1843 y tenían apoyo de Los ministeriales José Eusebio Caro y Mariano Ospina Rodríguez. Tras el gobierno de Tomas Cipriano generaron conflictos en la sociedad y amenazaba la posibilidad de una Guerra civil, en 1849 los detractores Ospina Rodríguez y José Eusebio Caro formaron el Partido Conservador, el cual agrupó a los antiguos ministeriales opuestos a Cipriano, a las autoridades de la Iglesia Católica y a muchos importantes terratenientes y mineros esclavistas. El partido vivió una crisis después de la Constitución de Río Negro de 1863, que no fue aceptada por el partido al tener ideas liberales, esto llevó a que se le quitara poder a la iglesia y la educación fuera emprendida por liberales, En 1886 se da una nueva Constitución que en ese momento agrado al Partido Conservador porque plasmaba un gobierno centralizado y proteccionista, y un sistema educativo manejado por la iglesia Católica.

NUEVO SIGLO

Durante el siglo XX el poder político es repartido entre los Liberales y Conservadores, la batuta en un principio fue tomada por los conservadores que venían con el poder desde 1886 y llegó a su fin en 1930. Este periodo fue llamado como la hegemonía conservadora, durante este periodo ocurrieron muchos hechos importantes en la nación, se dieron dos guerras civiles y la separación de la península de Panamá, esta se da como consecuencia de

todos los daños y desagravios ocasionados con la guerra de los mil días, un enfrentamiento entre Liberales y Conservadores, que llevo entre otras cosas a la desaparición del partido nacional. Se dio la masacre de las bananeras, se dio en 1928 en Ciénega, magdalena. Murieron trabajadores de la compañía a manos de soldados colombianos bajo las órdenes del presidente de la república, los trabajadores realizaban una huelga contra la United Fruit Company⁵ pidiendo mejorar las condiciones de trabajo, el presidente en turno Miguel Abadía Méndez dio la orden tras la amenaza recibida por parte del gobierno de los Estados Unidos, se le pedía al presidente que protegiera los intereses de la compañía o recibiría una invasión por parte del cuerpo de Marines americano.

La época de violencia que atravesó el país que da comienzo en 1948 con la muerte del candidato liberal Jorge Eliecer Gaitán, esto conlleva a la creación de guerrillas y así comenzaba una lucha entre las guerrillas. Mientras esto sucedió sube al poder Laureano Gómez, un conservador radical. Su gobierno termina cuando ocurre un golpe militar bajándolo del poder, subiendo el General Gustavo Rojas Pinilla, Esto no gusto y se da una alianza entre el partido Liberal y Conservador, El frente nacional consistía en un pacto en el cual por dieciséis años, conservadores y liberales compartirían el poder a nivel local y nacional. E gobernarían el país turnándose la Presidencia cada periodo.

Durante el Frente nacional ambos partidos olvidan sus diferencias; sin embargo los partidos perderían influencia y sobreviven gracias a la tradición familiar de sus miembros y a los clanes políticos regionales. El poder continua, pero con nuevas generaciones, los hijos de personajes influyentes continúan los pasos de sus padres.

5 Firma comercial multinacional estadounidense, fundada en 1899 que producía y comercializaba frutas tropicales cultivadas en América Latina, y que se convirtió en una fuerza política y económica determinante en muchos países de dicha región durante el siglo XX.

SURGIMIENTO DE OTROS PARTIDOS POLÍTICOS

La Constitución de Colombia de 1991⁶ les concede el derecho de asociarse a los partidos políticos, se considera partido político cuando superan el umbral del 2% en las elecciones legislativas. En la actualidad existen un total de 14 partidos políticos, unos pocos surgen a finales del siglo XX tales como, Unión Patriótica (1985), FUNECO (1998), AICO (1990), ASI (1991) y Cambio Radical (1998). En el nuevo siglo surgen partidos como MAIS (2013), MIR (2000), Polo (2005), Alianza Verde (2005), Opción Ciudadana (2009), Centro Democrático (2013) Y el Partido de la U (2005).⁷

Desde el año 2002 diversas ideologías han subido al poder, en el nuevo siglo Los liberales y conservadores pierden poder, dándole paso a nuevas ideologías, la diversidad de partidos políticos permite a la población mayor opción de elección ya que tratan de buscar entre los diversos partidos cuales a su parecer van de acuerdo a sus ideales y ahora no debía escoger entre dos, entre azules o entre rojos, entre conservadores o liberales. Estos nuevos partidos exponen diversas ideologías tales como, Humanitarismo, Tercera Vía, Neoconservadurismo, Progresismo, Ecologismo, Socialismo democrático, Mirraísmo, Indigenismo, Socialismo, etc.

Todo esto ha permitido el aumento en la participación ciudadana respecto a ejercer su derecho al voto y a participar en las decisiones políticas del país, también le ha abierto las puertas a las minorías del país, como a los indígenas los cuales no tenían participación en la toma de decisiones, todo esto en una gran parte se debe a la constitución de 1991.

CONCLUSIÓN

Someter a un pueblo a pensar de solo dos formas no lleva a un avance progresivo. Obligar a seguir una de las dos ideologías reinantes llevó al país a hundirse mientras avanzaba. Cuando

6 Constitución Política de 1991.

7 CNE, Consejo Nacional Electoral de La República de Colombia.

no se le permite a alguien escoger libremente el partido, eso genera desacuerdos, molestias, irregularidades, conflictos armados que no hacen sentir bien, esto llevó a que el país se enfrascara en un deterioro y guerras por las ansias de poder de unas cuantas familias con poderío económico del centro del país. Cuando a una persona no se le permite expresarse llegan momentos en los que no aguantan y estallan, eso puede llegar a ser bueno dependiendo de la forma en como quiera lograr estas cosas. El país lo sabe por experiencia, masacres, atentados, terrorismo, secuestro. Esas no son las formas de expresar una opinión. Colombia para llegar alto y buscar un reconocimiento económico a nivel mundial primero debe comenzar por lo más bajo, el respeto, una vez esto se adquiere las cosas buenas llegaran por si solas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Constitución Política de Colombia de 1991.
2. RAE (2016). *Diccionario de la lengua española*. Madrid, España: Espasa.
3. Partido Conservador Colombiano. (2017). *Partido Conservador: Historia*. Colombia. Recuperado de <http://partidoconservador.com/el-partido/historia/>
4. Partido Liberal Colombiano. (2017). *Partido Liberal: Historia*. Colombia. Recuperado de <https://www.partidoliberal.org.co/c.php?id=23&n=historia>

EL MOVIMIENTO ESTUDIANTIL QUE PRODÚJO UNO DE LOS CAMBIOS CONSTITUCIONALES MÁS IMPORTANTES EN LA HISTORIA DE COLOMBIA: LA SÉPTIMA PAPELETA

Sofía del Carmen Ayubb Ladeus¹

RESUMEN

Este artículo encierra lo concerniente a la historia del movimiento estudiantil conocido como la “Séptima Papeleta”, el cual de manera pacífica, participativa y democrática buscó proponer al pueblo si estaban o no de acuerdo con que se reformara la constitución de 1886, utilizando como herramienta la introducción de una séptima papeleta a las urnas de las elecciones que habían ese año para votar a favor o en contra.

El resultado positivo de la voz del constituyente primario permitió la reforma constitucional a la carta de 1886, que dio paso a la que hoy conocemos como La Constitución Política de 1991, y que hasta la actualidad nos rige, la cual en sus artículos consagra más garantías que no encerraba la constitución de 1886 y de manera positiva generó una satisfacción tanto en los voceros estudiantiles del movimiento como en el pueblo mismo.

PALABRAS CLAVE

Movimiento, Estudiantil, Séptima, Papeleta, Reforma, Constitucional, Votaciones, Legitimación, Pueblo.

ABSTRACT

This article concerns the history of the student movement known as the seventh ballot, which in a peaceful, participatory and democratic way, I seek to propose to the people whether or not they agreed to the reform of the constitution of 1886. This peaceful and participatory movement, Took the name of the seventh ballot because the purpose of this was to introduce into the polls a seventh ballot apart from the six already established in which the primary constituent was asked whether or not he agreed with the creation of a National Constituent Assembly that allowed the constitutional change and a new air in the country.

The people agreed and legitimated it in a democratic way, giving the endorsement for the creation of this institution, was linked in turn the support of the president and the Supreme Court of Justice, which allowed more promptly constitutional reform to The letter of 1886, which gave way to what we know today as The Political Constitution of 1991, and which until today governs us, which, in its articles, enshrines more guarantees than the 1886 constitution contained and in a positive way A satisfaction both in the student spokesmen of the movement and in the people themselves.

KEYWORDS

Movement, Student, Seventh, Ballot, Reform, Constitutional, Voting, Legitimation, People.

¹ Estudiante de segundo año de derecho y ciencias políticas de la Universidad Libre sede Cartagena. Perteneciente al Semillero “Fuertes Raíces” dirigido por el profesor Oswaldo Ortiz Colon.

INTRODUCCIÓN

En el año 1989 Colombia atravesaba por una gran problemática social que afectaba el orden público y político del país, la violencia que se estaba desatando como consecuencia del paramilitarismo y la guerrilla mostraba un paisaje gris para Colombia, quitándole al pueblo una esperanza de convivencia pacífica.

No obstante, por la indignación y búsqueda de un cambio, se alzan los estudiantes del país en un movimiento pacífico cuyo fin primordial era la búsqueda de una reforma constitucional que mostrara al pueblo nuevas instituciones que pudieran dar garantías de una mejor vida en comunidad y devolviera este mismo la fe que había perdido; para el pueblo y en especial los estudiantes del movimiento, la constitución de 1886 que regía en esa época no les daba ya la directriz con la que podían solucionar los problemas que se presentaban y por eso sentían desprotección por parte de los entes gubernamentales y de la constitución misma.

Este movimiento conocido como la séptima papeleta, fue uno de los acontecimientos constitucionales más importantes en la historia de Colombia, ya que, de manera pacífica los estudiantes mostraron sus inconformidades y luego de manera democrática fueron legitimados por el pueblo, que sintió en este movimiento un compromiso tan fuerte que podía sacarlos de la fosa en la que se encontraban y así permitirles volver a creer.

¿QUÉ MOTIVÓ A LOS ESTUDIANTES A INICIAR ESTE MOVIMIENTO?

El génesis del movimiento estudiantil que dio origen a la creación de una nueva constitución, podemos ubicarlo a final de la década de los ochenta y principio de la década de los noventa, en esta época Colombia atravesaba de manera más notoria por los problemas que siempre le han azotado: guerrilla, narcotráfico y paramilitarismo; factores que afectaban la vida pública de los colombianos y mostraban panoramas desoladores en el país, los cuales hicieron perder la fe en las instituciones

gubernamentales y sobre todo en creer que la constitución establecida desde 1886 ya no era suficiente para sanar el caos por el que estaba atravesando Colombia.

El acontecimiento que excedió los límites, fue el asesinato del líder y casi electo presidente Luis Carlos Galán, motivo por el cual miles de jóvenes fueron protagonistas de la llamada “Marcha estudiantil del silencio” el 25 de agosto de 1989; la rabia y la indignación colectiva de los estudiantes por quitarles la esperanza de un cambio, fue lo que marcó el hecho de ellos mismos iniciar un movimiento pacífico que buscara una nueva garantía a sus derechos fundamentales, una renovación constitucional que apartara a la nación del panorama de violencia que estaba viviendo y les diera una esperanza de poder convivir en paz, que les garantizara un futuro diferente y prometedor en donde el miedo y la zozobra de que pasara mañana no los acobijara más.

¿CÓMO FUE ESTE PROCESO?

En 1989 un grupo de estudiantes (de universidades privadas primero y públicas después) comienzan a articularse entre sí con un solo objetivo en mente: reformar la carta magna estipulada desde 1886; dicho movimiento estuvo liderado por los estudiantes: Fernando Carrillo Flórez, Alfonso Parra, Óscar Ortiz, Wilson Abraham García, César Torres, Carlos Arturo Cuadros, Carlos Felipe Vargas, José Rory Forero, Claudia López, Fabio Villa, Alejandra Barrios, Ximena Palau, Pedro Viveros, Diego López, Carlos Caicedo, Óscar Guardiola, Mauricio Forero, Catalina Botero, Miguel Ángel Moreno y Jesús Francisco Arteaga dichos estudiantes tomaron de manera tal la vocería de este movimiento, que repercutió en los medios de comunicación y llevo movilizar a estudiantes y profesores de las diferentes universidades y colegios del país, consolidándose así una unión tan fuerte que no tuvo manera de revesarse.

El movimiento estudiantil se llamó “la séptima papeleta” porque era una invitación a toda la ciudadanía a introducir en las urnas de las elecciones del 11 de Marzo de 1990 una papeleta

adicional a las seis que estaban estipuladas para las elecciones (Senado, Cámara, Asamblea, Concejos, Consulta liberal y Alcaldía), una petición que se tornó difícil de conseguir por motivo de que la Registraduría Nacional no opto por distribuir las papeletas que se pedían y esto obligaba a que cada ciudadano llevara la papeleta a la urnas; Fernando Carrillo Flórez, uno de los estudiantes voceros conto “entonces tocó organizar comités estudiantiles por todo el país, y enseñar a la gente a hacer las papeletas” (Pais, 2011) motivo por el cual necesitaron la ayuda de todos los estudiantes y profesores del país, los mismo estudiantes pasaron a ser profesores para poder instruir a la ciudadanía como era debido. El contenido de esta séptima papeleta era sencillamente preguntarle al constituyente primario si estaba de acuerdo o no con que se convocara una asamblea nacional constituyente, para buscar una reforma constitucional.

Luego de las elecciones del 11 de marzo de 1990, en un primer momento no se quiso llevar acabo la contabilización de la papeleta adicional que llevó la ciudadanía a las urnas, pero para sorpresa de todos, en una contabilización informal esta consulta arrojó acerca de dos millones de votos a favor de esta séptima papeleta, lo que obligó al presidente de la Republica en ese tiempo elegido Virgilio Barco a expedir el decreto 927 de 1990² para la contabilización formal de estos votos que se depositarían en las elecciones para presidente del 27 de mayo de 1990, decisión que reafirmo la Corte Suprema de Justicia, al determinar que el constituyente primario había hablado y por eso se debía respetar su decisión y consolidar así la unión del pueblo.

Por ende, los estudiantes del país y en especial los promotores del movimiento, sintieron una alegría y satisfacción enorme al darse cuenta de que sus esfuerzos estaban siendo recompensados y que por fin pudieron hacer valer sus voces y demostrar que el pueblo si tiene voz para la

² DECRETO 927 DE 1990 Artículo 2° La Tarjeta Electoral que contabilizará la organización electoral, contendrá el siguiente texto: “Para fortalecer la democracia participativa, vota por la convocatoria de una Asamblea Constitucional con representación de las fuerzas sociales, políticas y regionales de la Nación, integrada democrática y popularmente para reformar la Constitución Política de Colombia SI - NO”.

refrendación de cualquier petición que concierna un beneficio colectivo. Ximena Palau, una de las estudiantes voceras del movimiento confesó su gratitud: “Todo el mundo votó. Ese fue un día inolvidable para los jóvenes del país, que por primera vez sentimos la satisfacción de ser importantes, parecía inverosímil lograr que se convocara una Asamblea Constituyente y más, promovida por un movimiento estudiantil” (Pais, 2011, pág. 1), como ella, muchos estudiantes sintieron que habían sido escuchados.

Pero el proceso no terminó allí, se necesitaba refrendar esta Asamblea Nacional Constituyente para poder hacer la reforma pertinente; fue así como el presidente electo en las votaciones del 27 de mayo Cesar Gaviria recibió este mandato, el cual mediante el decreto 1926 de 1990 convocó al pueblo a elegir 70 constituyentes y 4 que representarían a los grupos armados que pudieron desmovilizarse ese año (con voz pero sin voto), para que en nombre y por apoyo del presidente fuera reformada la constitución de 1886; debido a la pluralidad de los partidos políticos en la asamblea se vio la necesidad de conformar una mesa directiva, en la cual fueron nombrados como presidentes Álvaro Gómez Hurtado miembro del partido Movimiento Salvación Nacional, Antonio Navarro Wolf perteneciente al partido Alianza Democrática M -19 y Horacio Serpa Uribe, perteneciente al Partido Liberal Colombiano; esta asamblea inicio sesiones el 4 de febrero de 1991, pasados cinco meses, como había sido prometido al pueblo, el 4 de julio de 1991 fue promulgada la nueva Constitución Política de Colombia.

¿QUÉ GARANTÍAS CONSTITUCIONALES TRAJÓ CONSIGO ESTA NUEVA CARTA POLÍTICA?

El exministro y analista Camilo Gonzales Poso aseguró: “Fue un gran avance en relación con el régimen que teníamos anteriormente con la Constitución de 1886, que era de un Estado de Sitio; por eso la Constitución de 1991 dio un salto importante en lo que es el Estado Social de Derecho y la reafirmación de los derechos humanos” (Pais, 2016), es así como pasamos a tener un Estado social de derecho más garantista,

consagrado en el artículo 1ero de nuestra actual constitución.

De la mano de este cambio, surgieron otros que también repercutieron para un mejor bienestar social para el pueblo, se empezó a mostrar interés por los derechos fundamentales (la vida, integridad personal, derecho de petición, trabajo, debido proceso, habeas corpus, libertad de escoger profesión u oficio, asilo, no sometimiento al destierro etc.) instaurando así una las acciones más importantes hoy día para defender la vulneración de estos derechos, conocida como la ACCIÓN DE TUTELA consagrada en el artículo 86 de la Constitución; también se abrió campo a una democracia participativa, la libertad de cultos, la creación de instituciones como la Fiscalía General de la Nación, quien sirve de ayuda dentro de procesos penales para la recolecta de las pruebas en un cualquier delito que se cometa, y así refrendar un sistema penal acusatorio; la Corte Constitucional quien comienza a ejercer el control constitucional de la Carta Magna el cual era hecho por la Corte Suprema de Justicia; minorías étnicas y equidad de género, volvió la figura del vicepresidente la cual fue eliminada parcialmente en la reforma a la constitución de Rafael Núñez; elección popular para los gobernadores, dejaron estos de ser nombrados por el presidente de la Republica; sistema de salud brindado por el estado; defensoría del pueblo la cual tuvo como objetivo la promoción del Derecho Internacional Humanitario; Acciones Populares y una nueva familia, consagrada como núcleo esencial de la sociedad y el estado debe brindarle protección integral; surgió el llamado estado de excepción, que permite al presidente pueda emitir decretos con fuerza de ley cuando se presente un estado de emergencia o anormalidad; la descentralización territorial, dándole una autonomía política a las regiones nacionales y se acabó con el esquema centralista; se concede la doble nacionalidad, permitiendo al Colombiano no perder la nacionalidad propia si se desea tener otra.

También, se empieza a velar por derechos como la dignidad humana, y un respeto y valoración por la mujer, brindándoles más derechos de los que tenían, permitiéndoles una igualdad material en su género que les

hizo sentir una proporcionalidad entre el trato dado a los hombres y el dado a ellas, es como un respaldo constitucional en vía de la justicia e igualdad de las personas. Esta constitución abolió todas las leyes discriminatorias, y marco hitos fundamentales en la ampliación de las libertades reconociendo derechos sexuales y reproductivos de las mujeres, como por ejemplo la despenalización del aborto en algunas circunstancias mostrado en la sentencia C – 355/06, las mujeres pasaron a ser sujetos de protección, como titulares de sus derechos y poderes para decidir sobre sí mismas y sobre los distintos asuntos públicos, se les da ya un reconocimiento de la ciudadanía plena.

El medio ambiente también es tenido en cuenta en esta reforma constitucional, se buscó en la constitución una defensa al medio ambiente y se consagro la responsabilidad del estado por proteger las riquezas culturales que posee el país, que se fundamentan en la ley 99 de 1993 por medio de la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente que hoy se encarga de la protección ambiental de la biodiversidad encontrada en el país.

¿CÓMO SE ENCUENTRAN ACTUALMENTE LOS VOCEROS DEL MOVIMIENTO?

Los voceros del movimiento constitucional más importante en la historia de Colombia hace muchos años dejaron de ser unos simples estudiantes, para convertirse, gracias a su capacidad de ser líderes en personas destacadas en la vida pública del país, no solo por ser conocidos por el papel que jugaron en la instauración del movimiento sino por el camino que han forjado desde ese momento hasta la actualidad, muchos de ellos hoy día ocupan cargos importantes dentro del estado, motivo por el cual se sienten orgullosos de haber sido los principales partícipes de este movimiento, sienten que el pueblo les dio la confianza y que la Asamblea Nacional Constituyente instaurada no los defraudo.

Dentro de los voceros más destacados tenemos a Claudia López, quien es actualmente una de las mejores senadoras del Congreso de la Republica,

la cual aún recuerda este acontecimiento con gratitud “para mí la séptima papeleta fue una reafirmación de que no nos dejaríamos callar por la mafia, de que saldriamos a defender la democracia y que reformaríamos al país. Hoy 25 años después, sigo creyendo lo mismo” (Semana, 2016), Claudia, está actualmente vinculada a la vida política, ella junto con el partido político Alianza Verde están llevando a cabo una consulta popular anticorrupción, en pro de combatir la corrupción en Colombia y también, es una de las candidatas a la presidencia de Colombia de 2018.

Otros de los voceros que hoy día están repercutiendo son Catalina Botero, quien pudo acceder al cargo de relatora para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos; Alejandra Barrios quien es la Misión de Observación Electoral (MOE); Fabio Villa que aparte de lograr un escaño en la asamblea nacional constituyente, estuvo también nombrado como concejal en la ciudad de Medellín; Gustavo Salazar que actualmente es profesor de la Universidad Javeriana y Oscar Sánchez nombrado Secretario de Educación de Bogotá, personas que lo único que tienen seguro es que gracias a ellos, su esfuerzo y carácter se pudo garantizar un mejor vivir para el pueblo Colombiano, por esto, más que cualquier puesto en el estado, su mayor logro fue con la ciudadanía que hoy los recuerda como los superhéroes de la referendación de los derechos y las garantías constitucionales para salir del hueco en el que estaban sumergidos y del que la Constitución de 1886 no los podía sacar.

CONCLUSIÓN

El movimiento de la séptima papeleta fue el inicio de la referendación constitucional más importante en la historia de Colombia. El país atravesaba por la crisis de violencia más impactante de todas, cuando fue devuelta la esperanza de una mejor vida. La Patria Colombiana, comenzó a tener fe en sus instituciones luego de la reforma hecha a la Constitución de 1886 que dio paso a la de 1991; una Constitución que consagra muchas garantías de vida que ninguna otra constitución

en Colombia tuvo. El panorama que se vio en el País luego de este acontecimiento, fue uno que nunca se había percibido, el pueblo se sentía tranquilo y respaldado por primera vez en la historia, la búsqueda de un cambio por parte de un pequeño grupo de estudiantes se convirtió en un movimiento refrendado por toda la nación de manera democrática y constituyó para consigo el inicio de una mejor vida que se reflejó sobre todo en la protección de los derechos humanos que no se estaban respetando ni respaldando en la Nación.

Hoy por hoy, Colombia cuenta con instituciones constitucionales que no existían con anterioridad, y a su manera buscan velar por la protección de todos los habitantes; no obstante, el problema de corrupción en Colombia ha afectado estas mismas instituciones, motivo por el cual la fe a ellas por parte de los colombianos se ha perdido, generando descontentos y malos ratos. Sin embargo, no se desestima el esfuerzo hecho por ellas en la mayor parte del territorio nacional, y que ha contribuido a sanar las heridas que dejó abiertas la Constitución de 1886.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. País, R. d. (03 de julio de 2011). La papeleta que cambio a colombia. *El pais.com.co*, pág. 1. Obtenido de <http://www.elpais.com.co/colombia/la-papeleta-que-cambio-a.html>
2. País, R. d. (03 de Julio de 2011). La papeleta que cambió a Colombia. *El Pais.com.co*, pág. 01. Obtenido de <http://www.elpais.com.co/colombia/la-papeleta-que-cambio-a.html>
3. País, R. d. (03 de Julio de 2016). Cinco grandes cambios que trajo la constitucion de 1991. *El pais.com.co*, pág. 01. Obtenido de <http://www.elpais.com.co/colombia/cinco-grandes-cambios-que-trajo-la-constitucion-de-1991.html>
4. Semana, R. (2016). 25 años despues de la séptima papeleta. *Semana*, 01.

DE LAS NECESIDADES A LOS DERECHOS

Valeria Diazgranados Alean

RESUMEN

Desde hace mucho tiempo el debate sobre las drogas se ha mantenido latente, buscando culpables en todos los sectores. Atacando desde todos los frentes, casi que ignorando al “eje” fundamental de todo ese entramado que termina en el consumo. El mercado es el protagonista de este debate, su influencia y el punto de quiebre donde se cruza con el derecho.

El consumo de sustancias psicoactivas, yace desde nuestros antepasados, sin embargo, se ha distorsionado su uso, se vuelto dañino, nocivo y peligroso para la sociedad, pero se debe entender hasta qué punto cada uno de estos actores (Sociedad, Drogadictos, Estado, Mercado y Derecho) intervienen e influyen para que este fenómeno siga latente.

PALABRAS CLAVE

Mercado, Estado, Drogas, Drogadictos, Derecho.

ABSTRACT

The debate on drugs has long been dormant, seeking guilty in all sectors. The market is the protagonist of this debate, its influence and the breaking point where it crosses with the right.

The consumption of psychoactive substances, lies from our ancestors, however, its use has been distorted, it has become harmful, harmful and dangerous for society, but we must understand the extent to which each of these actors involved: Society, Drug addicts, State Market Law, they influence for this phenomenon to remain latent.

KEYWORDS

Market, State, Drugs, Junkies, Law.

INTRODUCCIÓN

Cuando se habla de Drogas, la mente suele apuntar a aquellos alucinógenos que son vistos la mayor parte del tiempo desde la perspectiva del Tabú, o asociándolo a temas de pobreza y violencia, aun a sabiendas que “Drogadictos” hay en todos los estratos y de todas las clases; desde adinerados con corbata, hasta aquel vagabundo que solo cuenta con sus harapos.

Con solo la mención del término se puede observar un aire de “odio y terror codificado”, como un mal latente dentro de la sociedad. Desde ese punto de vista, se ha intentado poner “fin” a ese “problema”, sin resultado alguno.

Durante muchos años se ha tratado el asunto de las drogas desde el marco del derecho, la psicología, la sociología, la moral, la ética, la globalización, sin profundizar en el factor más importante, donde

todas estas materias se unen: La economía. No obstante, es fundamental que sea estudiado por todas las disciplinas, pero teniéndose en cuenta como eje principal el fenómeno económico y el movimiento de los mercados.

CONTEXTO HISTÓRICO Y JUSTIFICACIÓN

Ahora bien, el uso de alucinógenos no es un tema de actualidad, data de nuestros antepasados, alrededor del año 3000 A.C., para ese entonces, ya se utilizaban algunos opiáceos, como por ejemplo: En Asia el Cáñamo, en América las hojas de coca como analgésico o en la sociedad Azteca que consumían algunos hongos¹, con el propósito de elevar su espiritualidad y contacto con los dioses o como fuente medicinal. Sin embargo, la degeneración de la Coca, la Marihuana, Hongos, etc, ha ido incrementando con el paso de las décadas, ya que estas al ser combinadas con otras sustancias, crean patologías, condiciones psicológicas y adicción severa, lo que además, ha dado paso a la creación de nuevas drogas, estas son conocidas como, drogas sintéticas.

El filósofo y escritor español, Fernando Savater en el año 1984 escribió en el reconocido periódico "El País" de España un contundente artículo que tuvo por título "La invención del Drogadicto". Donde hace una dura crítica al control social como principal creador de los "drogadictos", siendo netamente un invento humano y social. Por lo tanto, no puede haber drogadicto sino hay una determinación de él. Además, no debe considerarse al "drogadicto" dentro de una condicional social baja, tal como Savater afirma:

"Dejemos de lado la hipocresía mojigata: numerosos líderes políticos, grandes capitanes de industria, artistas, profesores de universidad... y por supuesto policías y magistrados, toman habitualmente cocaína o heroína sin por ello hacer cosas más raras o reprochables que el resto de la población."

1 Agustí, Fermín. (2013) SER HISTORIA. España.

Por lo tanto, el concepto ha tenido que ser definido desde dos campos: La medicina y el derecho. Para el primero es sinónimo de enfermo, para el segundo, es sinónimo de delincuente. Pero hay un tercero, que marca la pauta, haciendo de este un concepto más material, aberrante, irónico, caustico, que interviene directamente en su creación, evolución, molde y supervivencia: El mercado. De esta misma forma lo hace ver Savater (1984) cuando lo enmarca como "una alucinante creación del mercado" y que toda esa maraña donde yace la existencia, producción, comercialización, tiene su punto de partida, en la demanda, la cual es uno de los elementos más importantes para el mercado. Esta se fabrica y distribuye, porque hay quien la necesita y al crearse la necesidad, automáticamente el mercado "ataca" para "suplir" dicha necesidad, lo que trae consigo: la oferta. Reuniendo todos los aspectos necesarios para que el mercado genere los mecanismos para su redistribución.

Para el año 2016, según un estudio realizado por la ONU, "las muertes por el consumo de drogas durante el año 2014 ascendieron a 207.000 personas y el número de adictos subió hasta casi los 30 millones a nivel global"² además, "El documento indica que en el mundo hay 183 millones de consumidores de marihuana, 50 millones de opioides, 36 millones de anfetaminas y 18 millones de cocaína."³

MARCO SOCIAL Y LEGAL

En lo que concierne a los diferentes países sobre dicho fenómeno, existen tratados internacionales en materia de drogas como el Convenio Sobre Sustancia Sicotrópicas de 1971, el cual es uno de los tres tratados de las Naciones Unidas que conforman el Marco Legal Internacional del régimen de control mundial de las drogas. El objetivo de los tratados es tipificar medidas de control aplicables a nivel internacional con el fin de garantizar la disponibilidad de sustancias para fines médicos y científicos y prevenir

2 Salud. (2016) Sputnik Mundo: 30 Millones de personas en el mundo son adictos a una droga.

3 Salud. (2016) Sputnik Mundo: 30 Millones de personas en el mundo son adictos a una droga.

su desvío hacia canales ilegales, incluyendo también disposiciones generales sobre el tráfico y consumo de sustancias psicoactivas⁴.

En efecto, cuando existen convenciones para regular, prohibir y sancionar el consumo de drogas, que medidas debe tomar un Estado para prevenir que estas atenten o intenten sobre pasar los derechos humanos. Dicho esto, dentro del marco legal, ¿cómo debería actuar un Estado si las obligaciones dentro de los tratados en materia de drogas, permiten el uso de ciertas sustancias psicoactivas, entrando en conflicto con las normas internacionales de los derechos humanos?

Dentro de esta incógnita, hay un aire de hipocresía, puesto que la “mayoría” de la población no ve con buenos ojos el uso de sustancias psicoactivas, aun cuando estas sean utilizadas para fines médicos.

Sin lugar a desmeritar las convenciones pactadas por los estados que hacen parte de la ONU, las obligaciones en derechos humanos son prevalentes en el derecho internacional. Puesto que es deber de cada estado respetar y proteger esos derechos, los cuales tienen su base en la Carta de las Naciones Unidas, por consiguiente, predominan sobre cualquier otro tratado y convención. En caso de conflicto con las obligaciones contraídas en virtud de otro convenio internacional, prevalecen las de la Carta (artículo 103)⁵. Por esa razón, las obligaciones en materia de drogas deben ser analizadas de una forma en que éstas sean compatibles con las obligaciones internacionales en derechos humanos, y no viceversa.

De ahí, parte la tarea de indagar, como el mercado consiente de esto, entra a actuar. Ya que, cuando interviene el Estado para regular el mercado, por cuestiones de bienestar común, seguridad y salud pública, coloca como delantero de su juego, su arma fundamental: El derecho. Siendo

este el caso, surgen nuevos interrogantes, como descifrar si realmente la lucha del Estado contra las drogas, es realmente en contra del mercado o en contra de los drogadictos. ¿Sería solo un fenómeno económico en que el debido a sus “efectos” a nivel social y cultural, deba recurrir al derecho? Para dar solución a esto, se debe partir desde dos puntos. El primero es entender que la económica cumple un papel descriptivo, es decir, describe al hombre, los fundamentos de sus intereses. El segundo, es el papel que juega el derecho, ya que este cumple un rol prescriptivo, es decir, determina como debe ser el hombre.

El derecho, funciona como respuesta a un fenómeno social, es un intento algunas veces exasperado, por llevar la vida en paz, en armonía, con seguridad y tranquilidad. Por legitimar los actos humanos en interacción, en relación, que permitan la posibilidad de convivir en sociedad.

Por otra parte, ya no haciendo énfasis en términos de consumo, sino de tráfico ilícito. Se torna un asunto un poco más complejo. A pesar de que hoy día existe una especie de consenso, algo formal, con respecto al tráfico ilícito de drogas, como un fenómeno corrosivo y dañino para la sociedad. Se aviva la confrontación entre derecho vs economía, si hacemos el planteamiento en cuanto a disciplinas. Sin embargo, si lo hacemos en cuanto a entidades o instituciones, la ecuación sería, Estado vs Mercado.

El primero, es realmente la cara formal de mundo, es un deber ser. El derecho en este punto asume su fin esencial, es decir, buscar una coexistencia pacífica, traer orden y seguridad para el ser humano en sociedad buscando en este punto, combatir el tráfico ilícito de drogas, porque es perjudicial al ser humano; sus efectos son nocivos, produce inestabilidad jurídica y desorganización social.

Pero si lo vemos desde la perspectiva del mercado, el cual no ha buscado mejorar el producto, hacerlo menos nocivo. Su fin último, es crear necesidad, dependencia a las drogas

4 Amenta y Jelsma. (2015) TNI: Las convenciones de Drogas de la ONU. Washington D.C., U.S.A.

5 Jensema, Ernestein. (2017) TNI: Derechos Humanos y Políticas de drogas. Washington D.C, U.S.A.

e implantarlo en la mente, para que sea una necesidad no solo mental, sino también física. Impulsando al hombre a actuar en favor de esas necesidades y gustos, pero no como un deber (como en el derecho) sino como un ser.

CONCLUSIÓN

En efecto, el mercado no se somete realmente a las jerarquías creadas por el estado, sino que lo trasgrede, algunas veces lo toma como un obstáculo y otras como referente o índice de comercialización. Y es ahí donde el Derecho vuelve a entrar en acción, fundamentando su existencia y ejercicio en la sociedad, mientras que el mercado fundamente la suya en el individuo y en la necesidad particular.

Consumir y traficar droga no es cualquier cosa, es mucho más, es una introspección psicológica, un análisis de la cosmovisión del mundo, la necesidad por escapar de ciertos problemas como pobreza o soledad y un sinfín más. A lo mejor, es un acto plenamente consciente y atrevido. Es una búsqueda de alguna cosa más. Es como tratar de intentar ver a Dios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Agustí, Fermín. (2013) SER HISTORIA. España, recuperado de: http://cadenaser.com/programa/2013/06/14/ser_historia/1371165434_850215.html
2. Amenta y Jelsma. (2015) TNI: Las convenciones de Drogas de la ONU. Washington D.C., U.S.A. Recuperado de: <https://www.tni.org/es/publicacion/las-convenciones-de-drogas-de-la-onu>
3. Hirriat, Pedro. (2017). Obra Social “La Caixa”: ¿Qué son las drogas? Recuperado de: <http://www.hablemosdedrogas.org/es/que-son-drogas>
4. Jensema, Ernestein. (2017) TNI: Derechos Humanos y Políticas de drogas. Washington D.C, U.S.A. Recuperado de: <https://www.tni.org/es/publicacion/derechos-humanos-y-politicas-de-drogas>.
5. Salud. (2016) Sputnik Mundo: 30 Millones de personas en el mundo son adictos a una droga. Recuperado de: <https://sptnkne.ws/fG2a>

POBREZA Y DESIGUALDAD POR VIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

Camila Andrea Blanco Edna¹

RESUMEN

En la actualidad la pobreza es un tema muy delicado, del cual la gente no es perspicaz a la hora de luchar por sus derechos y ver cuáles son esos factores que perjudican en sí que sus condiciones paupérrimas. La pobreza es un fenómeno que podría disminuirse en grandes cantidades si se actúa bajo el respectivo uso de razón, equivalencia, la distribución del dinero de manera equitativa, es decir no quitarle a los desamparados lo que se merecen. Tenemos lastimosamente una Colombia donde el pobre es más pobre y el rico aún más rico.

PALABRAS CLAVE

Desigualdad, Pobreza, Equidad, Gobierno, Desempleo.

ABSTRACT

At present the poverty is a very delicate topic, of which the people are not perspicacious at the moment of fighting for his rights and see which are these factors that harm in yes that his very poor conditions. The poverty is a phenomenon that might be diminished in big quantities if it is operated under the respective use of reason, equivalence, the distribution of the money of an equitable way, that is to say him not to take from the helpless ones what is deserved, we have pitifully a Colombia where the poor person is poorer and the rich one still mas richly.

KEYWORDS

Inequality, poverty, equity, government, unemployment.

INTRODUCCIÓN

Las decisiones políticas que se han tomado a lo largo del tiempo han venido afectando de manera drástica a ciertos sectores de Colombia y el mundo, generando así una serie de circunstancias confines a escasos recursos, situaciones de vida indignas. Por lo tanto se plantea el accionar que debe tomar el gobierno respecto a los sujetos desamparados. Pero no todo recae en el gobierno ya que a veces, la sociedad se queda en el estancamiento y se conforma con lo que les entrega el Estado, en vez de liberarse de ese yugo “mental”. Porque los líderes políticos imparten que solo ellos pueden acceder al poder.

La pobreza es un fenómeno social de carácter universal, consiste en un sector y grupo de personas la cual vive en condiciones miserables. Estas personas en su mayoría son muy incapaces de obrar con astucia al momento de escoger a sus representantes o líderes políticos, ya que son engañados por los mencionados anteriormente, estos políticos se basan en proyectos de ley, que al fin y al cabo terminan siendo “promesas falsas” generando así que esta población de personas de escasos recursos, sea su condición más desfavorable e indigna, a esto le llamamos desigualdad.

¹ Estudiante del programa de Derecho y Ciencias políticas de la Universidad Libre, sede Cartagena. Artículo orientado por el docente Oswaldo Enrique Ortiz Colón

En Colombia la pobreza es un problema que se viene dando desde años atrás, pero en la actualidad ha ido incrementado por varios factores sociales y políticos, como lo son la migración de los venezolanos, desempleo, la mala escogencia de los funcionarios públicos, etc.

En el caso de migración, en el 2017 ingresaron millones de venezolanos en el territorio colombiano, estableciéndose en varias ciudades, esto produjo sobrepoblación y por obvias razones pobreza, ya que a mucha cantidad de personas, pocas oportunidades de empleo. Por ello se discute el hecho de que las personas del vecino país han dejado sin empleo a las personas del país natal, ya que ocupan los puestos que algún nativo podría utilizar. El desempleo es una de las causas determinantes para la pobreza ya que se puede evidenciar que sin el empleo las personas no pueden progresar en materia económica, se quedan sin la oportunidad de prosperar y así mantener con dignidad a sus familias, lo cual aumenta más la tasa de pobreza en el territorio colombiano. Por otro lado se pueden observar que a lo largo del tiempo se han venido dando varios tipos de desempleo junto a las diferentes causas las cuales citan a diferentes factores, principalmente económicos, la razón principal es por motivo estructural, el cual es el más conocido, este surge de un desbalance entre la oferta y la demanda, La característica de la oferta suele ser distinta a la característica de la demanda lo que hace probable que un porcentaje de la población no pueda encontrar empleo de manera sostenida. Por otro lado vemos el empleo estacional, donde muestra la variación con las estaciones del año debido a fluctuaciones estacionales en la oferta o demanda de trabajo. Y como ultima causa pero de igual importancia vemos el desempleo clásico el cual es el más conocido ya que este surge de personas que demanda empleo sobrepasa las ofertas de trabajo existentes, debido a que los elevados salarios reales atraen a un mayor número de desempleados a buscar trabajo e imposibilitan a las empresas ofrecer más empleo.

“La causa del desempleo es la insuficiente demanda global, esta no se encuentra en el

mercado de trabajo en sí mismo, sino en el mercado de bienes y servicios” (Keynes, 1936) Afirma. Esto sifilitica que, en cierto sentido esto se debe cuando la demanda no es suficiente, las empresas prescinden de trabajadores, generando así desempleo.

La tasa de desempleo en Colombia actualmente se ha ido incrementando, por ello dando un porcentaje aproximadamente de 4,7% en los últimos años, Suele creerse que la principal razón de las altas tasas de desempleo son las llamadas “rigideces” del mercado, entendiendo por el salario mínimo y los altísimos sobrecostos laborales, basado en lo mencionado anterior mente. Los funcionarios públicos juegan un papel muy importante en las decisiones políticas para mediar y garantizar el cubrimiento de derechos de aquellas personas de escasos recursos. Pero a veces las mismas personas son sobornadas y les dan dinero de forma momentánea que posiblemente ayude a solventar sus necesidades, pero esta gente no sabe que se está perjudicando así mismo ya que la mala escogencia de los representantes políticos, conlleva a que la pobreza siga en pie, porque al momento que las personas lleguen al poder actúan en beneficio propio y tienen una mala administración del país.

La educación fija un papel muy importante, ya que sin esta la ignorancia prima y es muy desfavorable que las personas no sepan por lo que está pasando el país en la actualidad, ni tengan el criterio suficiente para manejar una situación de carácter política, es decir saber que servidor público beneficia en las necesidades básicas de un pueblo, o si esta empeorara la situación catastralmente. A sabiendas que la educación es muy fundamental para que un país se desarrolle, a veces los políticos se enfrascan en que los demás solo aprendan lo necesario y no se instruyan a superarse más, limitan a las personas para que se estanquen y pues más adelante no vayan a ser problema para sus proyectos políticos y su beneficio meramente individual.

Cabe mencionar que en Colombia existe el amparo de aquellas personas que tienen

condiciones paupérrimas y muy desfavorables, en base a esto el gobierno nacional, en su defecto no siempre acciona en mala fe y ha creado mecanismos para amparar a las personas de muy escasos recursos. (Constitucional, 2007) Afirma.

“El amparo de pobreza es entonces una medida correctiva y equilibrada, que dentro del marco de la Constitución y la ley busca garantizar la igualdad en situaciones que originalmente eran de desigualdad. Supone entonces un beneficio, que bien puede concederse a una sola de las partes, naturalmente aquella que lo necesita”.

Este mecanismo es de mucha ayuda ya que así se vela por aquellas personas que por su condición son incapaces de luchar por sus derechos. Los subsidios planteados por el gobierno son una gran ayuda principalmente para aquellas personas la cual poseen bajos recursos, estas medidas garantizan la salubridad pública.

Globalmente se hace referencia al continente africano que sufre un índice de pobreza muy alto, encontrando en sus naciones las más pobres del mundo, en situaciones de miseria absoluta. La pobreza no apunta solo en tema económico, ya que hay muchos países los cuales en sus gobiernos pueden tener acceso a gran capital en materia de armas y presupuesto, pero el resto de la población carece de educación, alimentación, todo esto culmina en la desigualdad por las decisiones políticas.

Si se requiere de un cambio total al problema mundial de pobreza y escasez de recurso se deben tomar acciones drásticas en el ámbito político, ya que de este subyace todo problema

de desigualdad y no se actúa bajo la buena fe. Se da abuso del poder, el cual lo obtienen muy pocos, los representantes políticos lo usan a su conveniencia y el goce del capital de la administración pública que sirve para solventar las necesidades de aquellas personas desamparadas. Todas aquellas personas que tengan la obligación y responsabilidad deben actuar bajo lo justo, con valores y principios que les permitan ser conscientes de las circunstancias que afronta su país en la actualidad, así dan el primer paso para que todo mejore. ¿Cuándo abriremos los ojos?

CONCLUSIÓN

La pobreza recae en muchas partes por problemas de gobierno, como bien sabemos la corrupción y el robó del dinero, son las principales causas de que este fenómeno se de a flote, causando conflictos en la más prestigiosas entidades del Estado, desprestigiando y perdiendo la transparencia que nos deben otorgar los políticos a la hora de velar por nuestros derechos y necesidades. Debemos remediar los daños causados, para que se extinga de una vez por todas, o pasó a pasó las altas cantidades de pobreza que abundan en Colombia, midiendo las acciones y actuando siempre con principios establecidos, que te permitan obrar con base en la igualdad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Constitución Política de Colombia del año 1991.
2. portafolio.co/economia/empleo/tasa-de-desempleo-en-colombia-en-marzo-de-2017-505361.

TRABAJO INFANTIL: LA DECADENCIA DE LA NIÑEZ

Jhon Eyder Valencia Morales¹

RESUMEN

Se busca exponer desde un punto crítico y de forma clara un problema que afecta a todos los individuos de nuestra sociedad, especialmente a la población menor de edad que vive en situación de pobreza.

También se busca analizar las causas y determinar los problemas que este fenómeno causa en nuestra sociedad, tomando conciencia de la importancia de dar fin a una dificultad que tanto sufrimiento causa a niños, niñas y adolescentes, en proceso de crecimiento y desarrollo.

Y se toman en consideración las normas vigentes relacionadas con el tema de análisis y exhibiendo de forma clara soluciones para el mejoramiento de esta condición y los roles que juegan las distintas entidades dentro de estas soluciones.

PALABRAS CLAVE

Trabajo Infantil, Derechos, Desarrollo, Pobreza, Familia, Niñez, Vulnerabilidad, Educación.

ABSTRACT

It seeks to expose from a critical point and clearly a problem that affects all individuals in our society, especially to the population who live in poverty.

Also seeks to analyse the causes and determine the problems caused by this phenomenon in our society, aware of the importance of ending a difficulty that causes so much suffering to children and adolescents, in the process of growth and development.

It considers regulations related to our subject of analysis and exhibits a clear solutions for the improvement of this condition and the roles played by the various entities within these solutions.

KEYWORDS

Child Labour, Rights, Development, Poverty, Family, Childhood, Vulnerability, Education.

INTRODUCCIÓN

La infancia y la adolescencia son esas etapas sumamente importantes de la vida del ser humano en las que este se desarrolla y establece los patrones que va a seguir a futuro, de estas depende el porvenir de la sociedad. Un mal desarrollo en estas etapas puede causar consecuencia irreversible en los diferentes aspectos de la vida de una persona y de las que lo rodean; su conducta, su salud, su raciocinio, su desenvolvimiento en la vida social, entre muchos otros. Por estas razones es de gran importancia e interés erradicar en lo posible los problemas que afecten el correcto desarrollo

¹ Estudiante de derecho de la Universidad Libre sede Cartagena. Artículo orientado por el docente Oswaldo Enrique Ortiz Colón.

de estas etapas. Uno de estos problemas es el trabajo infantil, el cual hace referencia a todas aquellas actividades de producción y venta de bienes y servicios que niegan tanto el adecuado desarrollo de la infancia como el desarrollo escolar de los niños entre 5 y 17 años, como consecuencia del ambiente negativo en el que crece. Este es un problema socio-jurídico que según el último reporte de la Organización Internacional de Trabajo (OIT) afecta a 168 millones de niños en todo el mundo, de los cuales 13 millones son latinoamericanos.

En Colombia el trabajo infantil ha sido un problema fuertemente marcado, pues este al ser un país subdesarrollado no cuenta con los mecanismos, las estrategias y la formación capaz de acabar de raíz con esta triste situación que según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2017)² afecta a un 7,8% de la población infantil colombiana. Este problema se ve reflejado principalmente en la región costera, específicamente en los departamentos de Córdoba, Cesar y Bolívar, gracias a los altos índices de pobreza que presenta gran parte de la población de estos lugares. Además de la ausencia del Estado, el cual, en lugar de desarrollar planes de control y reducción efectivos, está recortando los presupuestos de la educación y el deporte, empeorando cada vez más la situación.

Aunque no todo es negativo, a pesar de que las cifras son alarmantes, en el año 2016 se redujo en 1,3 puntos porcentuales la tasa de trabajo infantil respecto al año 2015 (DANE, 2017)³. Esto demuestra que además de poderse detener el aumento niños en actividades laborales, también es posible reducirse.

MARCO LEGAL

Los derechos de los menores de edad son sumamente importantes en Colombia, estos

se ven amparados por algunos artículos de la Constitución Política los cuales son: El artículo 44 de los derechos fundamentales de los niños, el artículo 45 del derecho a la protección y la formación integral del adolescente, el artículo 53 en el que se da garantía a la protección especial al trabajador menor de edad, el artículo 42 en el que “El Estado y la sociedad garantizan la protección integral de la familia”. También el Convenio 138⁴ sobre la edad mínima de admisión al empleo de la OIT y además establece una serie de requisitos para que sea posible el empleo de adolescentes entre los 14 y 17 años. El Convenio 182 de la OIT que explica las peores formas de trabajo infantil y tiene como principal objetivo el de “(...) adoptar medidas inmediatas y eficaces para conseguir la prohibición y la eliminación de las peores formas de trabajo infantil con carácter de urgencia” (C182, 1999, art.1)⁵. Y por supuesto la Ley 1098 de 2006 por la cual se expide el Código de la Infancia y la Adolescencia, que también nos hace énfasis en la edad mínima de admisión al trabajo en el art.35 y en el derecho a la protección laboral de los adolescentes autorizados para trabajar, además de las obligaciones que tiene el estado y las instituciones educativas respecto al tema.

A pesar de todo, lo anterior no ha sido suficiente para dar fin con el problema en Colombia, para esto tendríamos que detenernos a analizar la raíz del problema y las consecuencias que este trae.

PRINCIPALES MOTIVOS

El trabajo infantil es un problema que ha acompañado a la historia de la humanidad desde tiempos inmemorables y que hoy por hoy afecta especialmente a las sociedades más vulnerables. Según el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF, 2016) “Las causas del trabajo infantil se encuentran relacionadas con las particularidades de los territorios, las

2 DANE, 07 de Abril de 2017. En el cuarto trimestre de 2016 la tasa de trabajo infantil fue de 7,8%, la más baja en los últimos cinco años. Comunicado de Prensa. Bogotá D.C.

3 DANE, 07 de abril de 2017. En el cuarto trimestre de 2015 la tasa de trabajo infantil fue de 9,1%. Comunicado de Prensa. Bogotá D.C.

4 C138, 26 junio 1973. Convenio sobre la edad mínima de admisión al empleo *Entrada en vigor: 19 junio 1976*) Ginebra, 58ª reunión CIT.

5 C182, 17 de junio de 1999. Convenio sobre la prohibición de las peores formas de trabajo infantil y la acción inmediata para su eliminación (*Entrada en vigor el 19 de noviembre del 2000*). Ginebra, 87ª reunión CIT.

oportunidades laborales de las familias, el acceso a la oferta de educación, salud y recreación, entre otras⁷⁶. Estas causas son clasificadas en económicas, sociales y culturales.

Las causas económicas se ven caracterizadas principalmente por la pobreza en la que se encuentra la familia del menor de edad, se ha demostrado que entre más carezca de recursos económicos la familia más alta es la probabilidad de que el mejor de edad entre a laborar, pues los ingresos que generan sus padres no son suficientes para suplir las necesidades y gastos básicos de su hogar.

Las causas sociales están ligadas a la deserción escolar, pues esta lleva a los menores a emplearse o a ocupar su tiempo en actividades que le aporten algún beneficio a su familia. También están las obligaciones tempranas como el embarazo y la falta de instituciones que brinden servicios en materia deportiva y cultural.

Y las causas culturales se basan en las costumbres o creencias, trabajos que pasan de una generación a otra, ideas sobre la realidad y la falta de información acerca del problema.

CONSECUENCIAS

Existe un sinnúmero de resultados que el trabajo infantil trae consigo, en su inmensa mayoría estos son negativos, ya que es una penosa situación que altera el orden natural de crecimiento de los menores. Según la OIT (2009)⁷ las consecuencias son sociales, físicas, psicológicas y económicas.

Dentro de las consecuencias sociales podemos encontrar la limitación del proceso educativo, la maduración a temprana edad, la vulneración

6 ICBF, 14 de septiembre de 2016. Lineamiento técnico para la atención de niños, niñas y adolescentes, con derechos inobservados, amenazados o vulnerados, en situación de trabajo infantil. Aprobado mediante Resolución No. 1513 de febrero 23 de 2016. Bogotá D.C.

7 OIT / A-B. Nippierd, S. Gros-Louis, P. Vandenberg, 2009. Eliminación del trabajo infantil Guías para empleadores. En estas guías se ofrecen estrategias para prevenir el trabajo infantil, apartar a los niños del trabajo y proteger a los adolescentes que han alcanzado la edad mínima y ya trabajan. Lima.

e incluso la violación de los derechos fundamentales de los niños y adolescentes, y fomenta la exclusión por parte de las personas de la misma edad.

Las consecuencias físicas y psicológicas se ven en el desarrollo de enfermedades, el extremo cansancio, la dependencia a medicamentos como producto del intento de solucionar enfermedades, el retraso en el crecimiento como resultado del insuficiente descanso y la exposición a peligrosas lesiones.

Las principales consecuencias económicas se ven expuestas a largo plazo, pues los niños que no reciben la suficiente educación en su vida adulta no serán también remunerados como uno que sí la recibió. Todo esto genera un círculo vicioso, según la OIT (2009), pues es una realidad que en las familias pobres es donde más niños se encuentran trabajando y estos cuando sean adultos tendrán los recursos suficientes para darle una vida digna a sus hijos.

EDUCACIÓN Y GENERACIÓN DE EMPLEO COMO POSIBLE SOLUCIÓN

Basándonos en lo expuesto anteriormente, y con el conocimiento de que la pobreza es la principal causa del trabajo infantil, es razonable pensar que para acabar con este se tiene que disminuir en gran medida primero la pobreza, y uno de los métodos más efectivos es el apoyo a los pequeños empresarios, pues estos con el tiempo generaran los empleos que ayudaran a una gran cantidad de familias en situación de pobreza, disminuyendo así el índice de menores en condición de empleo.

Otra solución viable es la de contar con más presencia del Estado en materia educativa tanto en el campo como en las ciudades, creando más escuelas donde los menores se empleen en una forma más productiva para su futuro, su bienestar y el de sus familias, donde desarrollen capacidades que los ayuden a crecer como individuos constructores de una sociedad en progreso. Acompañando esto, también generaría gran avance la elaboración de centros recreativos en los que se brinden programas deportivos y

culturales como la danza, la música, la protección del medio ambiente, el fútbol, la natación, etc. Para que así se aproveche al máximo y de una forma netamente sana el tiempo libre y se creen habilidades y pensamientos que a futuro resultaran altamente beneficiosos.

CONCLUSIÓN

El trabajo infantil es un problema real, el cual está afectando a la población más vulnerable de nuestra especie, gracias a la desigualdad y a la falta de oportunidades. Este problema que afecta en gran medida a Colombia y a pesar de los intentos de acabar con él, este persiste. Una variedad de normas, leyes y convenios internacionales, cobijan hoy la infancia de nuestro país, pero no es suficiente con su existencia, también es sumamente importante implementarlas. Al igual que es importante detenerse a analizar las causas de las cuales se deriva este fenómeno y concientizarse de las consecuencias que lleva consigo. De esta manera se podrá ampliar nuestra percepción y notaremos que a pesar de que el trabajo infantil es un problema de gran magnitud, no es imposible acabar con él, solo se necesitan las estrategias precisas y la presencia especial del Estado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. DANE. (2017). *Mercado Laboral Trabajo Infantil*. Recuperado de <http://www.dane.gov.co/>
2. EFE. (7 de Abril de 2017). Tasa de trabajo infantil en Colombia bajó 14,7 % en 2016. *El País*.
3. ICBF. (2016). *Lineamiento técnico para la atención de niños, niñas y adolescentes, con derechos inobservados, amenazados o vulnerados, en situación de trabajo infantil*. Recuperado de <http://www.icbf.gov.co>
4. OIT, Vandenberg, P., Nippierd, A.B., & Gros-Louis, S. (2009). *Eliminación del trabajo Infantil Guías para Empleadores*. Lima: Oficina Internacional del Trabajo.
5. Organización Internacional del Trabajo. (s.f). *Trabajo Infantil*. Recuperado de <http://www.ilo.org/>
6. Organización Internacional de Trabajo. (17 de junio de 1999). *Convenio sobre las peores formas de trabajo infantil*. [C-182]. Recuperado de <http://www.ilo.org/>
7. Organización Internacional del Trabajo. (26 de junio de 1976). *Convenio sobre la edad mínima de admisión al empleo*. [C-138]. Recuperado de <http://www.ilo.org/>
8. Taborda Herrera, E. (1 de Diciembre de 2016). *Alerta por aumento de trabajo infantil en la ciudad*. El Universal.

UNA COLOMBIA SEGURA Y PACÍFICA, NO ES MÁS UNA UTOPIÍA

*Carolina Morales Machacón*¹

RESUMEN

En el siguiente artículo, se explicará de forma detallada como se ha venido dando la situación de Colombia con respecto a los acuerdos de paz entre el Gobierno Nacional y las FARC-EP. Un proceso que se ejecutó en la Habana y concluyó el 24 de agosto de 2016, con el fin de cesar la violencia en el país de manera definitiva, incluyendo un documento que abarca acuerdos y garantías recíprocas que serían de obligatorio cumplimiento tanto para la organización guerrillera como para el Estado Colombiano.

De igual modo, se dará a conocer la manera en la que se originó esta guerrilla, cuáles fueron los motivos por los cuáles se alzan en armas, qué beneficios trae para Colombia acabar con el conflicto armado y por supuesto, si estos acuerdos actualmente se están cumpliendo en su totalidad.

PALABRAS CLAVE

Paz, Gobierno, Negociación, Conflicto, Diálogos.

ABSTRACT

The following article will explain in detail how is the situation of Colombia with respect to the peace agreements between FARC and the government, a process that what carried out in Havana and concluded on August 24, 2016, with the in order to cease violence in a definitive way, including a document that includes reciprocal agreements and guarantees that would be mandatory for both the guerrilla organization and the Colombia state.

Likewise, the way in which this guerrilla originated will be revealed, what were the reasons for which they raised their arms, what benefits does it bring to Colombia to end the armed conflict and, of course, if these agreements are being fully implemented.

KEYWORDS

Peace, Government, Negotiation, Conflict, Dialogue.

INTRODUCCIÓN

La historia de Colombia es devastadora. Ha vivido en conflicto durante más de 50 años, en los cuales no se pudo combatir de manera definitiva, pues se intentó de una u otra manera alcanzar acuerdos con la organización guerrillera de las FARC-EP, pero esto no resultó positivamente. Consecuente a esto, el presidente Juan Manuel Santos, logra cesar de cierto modo el conflicto armado en el país, gracias a unos acuerdos pactados en la Habana, en los cuales se trata de reivindicar los años de dolor y sufrimiento que ha vivido el país y de esta manera acabar con la violencia.

¹ Estudiante del programa de Derecho de La Universidad Libre sede Cartagena. Artículo orientado por el docente Oswaldo Enrique Ortiz Colón.

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Según el periódico El Diario (2015) Colombia, se considera como uno de los países, donde ha reinado el conflicto de manera déspota, pero este no ha sido marcado de un momento a otro, pues viene gestándose desde tiempo atrás. Da inicios, con la muerte de Jorge Eliécer Gaitán en 1948, lo cual hizo que se desatara una guerra entre liberales y conservadores. Y además lo empeora, cuando Laureano Gómez perteneciente al Partido Conservador, toma el poder, pues este quiere tener posesión sobre los bienes de los campesinos, y en respuesta a ello, parte de los campesinos afectados pertenecientes al Partido Liberal, se alzan en armas y empiezan a defender sus tierras.

A medida que pasa el tiempo, la pequeña guerrilla que se había formado, empieza a generar gastos, y toman como forma de financiación los secuestros y extorsiones para así poder sostenerse, incluyendo además el narcotráfico como fuente principal de ingresos.

De este modo, en 1964 surgen las FARC²: Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia. Según la nota del periódico El Tiempo, se considera una organización guerrillera numerosa, presidida por Rodrigo Londoño Echeverri, alias “Timochenko”, que basaba sus ideales en acabar con “las desigualdades sociales, políticas y económicas”, y al pasar del tiempo, tergiversaron estos ideales debido a la guerra de poder, y por ello se vuelve una organización sin rumbo ideológico que ha sido responsable de un sinnúmero de delitos contra la población civil.

De acuerdo con Noticias Caracol y la Revista Semana (2016), las FAR-EP y el Estado Colombiano han tenido momentos claves para alcanzar la negociación, los cuales han sido procesos fallidos:

² Las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia-Ejército del Pueblo es un movimiento revolucionario de carácter político militar, nacido en las montañas del sur del departamento del Tolima.

- **1984:** durante el mandato de Belisario Betancur, se dio la primera negociación denominada “el acuerdo de la Uribe”, con la cual se logró una paz temporal. Los acuerdos abarcaban reformas en el sector rural, “perdón y olvido” e iniciación en el campo democrático. El punto que detonó, fue la no inclusión de la dejación de armas en los acuerdos y consigo el escaso apoyo de la sociedad en el proceso.

Además, nace como partido político la Unión Patriótica (UP). Las FARC-EP, acrecientan las extorsiones y los secuestros, incluyendo también el aumento en el número de guerrilleros de la organización, sosteniendo que la estrategia del Gobierno era alcanzar únicamente sus intereses.

Para **1985**, el M-19 encabezado por Carlos Pizarro y Antonio Navarro, acabó con las esperanzas que quedaban de llegar a una negociación, con la toma del Palacio de Justicia.³

- **1986:** con el gobierno de Virgilio Barco, se plantea una Asamblea Nacional Constituyente ⁴y se elabora un acuerdo junto con los dirigentes del M-19, que estuvo aprobado por todos los partidos tradicionales de ese momento. Se decide empezar con las negociaciones, pero estas se vieron afectadas con la muerte de Bernardo Jaramillo, el candidato presidencial de la Unión Patriótica. Finalmente estos inconvenientes pasan a fracaso cuando asesinan a uno de los dirigentes del M-19, Carlos Pizarro.
- **1991:** con César Gaviria en el poder, se celebra la Asamblea Nacional Constituyente. Las FARC-EP y el ELN ⁵reunidos bajo la

³ Escenario de una **sangrienta toma guerrillera y recuperación militar** que dejó cerca de un centenar de muertos, incluidos once magistrados de la Corte Suprema.

⁴ Es una reunión nacional de representantes populares que asumen el objetivo de dictar reglas que en el futuro regirán la relación entre gobernantes, gobernados, el funcionamiento, distribución de poder y fundamento de su sistema político y social.

⁵ El Ejército de Liberación Nacional surge a mediados de la década de los años setentas del siglo XX. Conformados por tres grupos sociales: sectores urbanos universitarios, la iglesia Católica y una serie de organizaciones sociales de carácter rural.

Coordinadora Guerrillera, establecieron diálogos con el gobierno en Caracas, donde llegaron a una negociación y aparentemente todo marchaba en orden, pero esto quedó inconcluso debido a un atentado que hubo en contra del Presidente del Congreso, Aurelio Iragorri. Las negociaciones se retomaron en 1992, en México, donde el gobierno pretende avanzar con el proceso y consideró conveniente que hubiera progresos en el tema del cese al fuego por lo cual se debía hablar claramente del tema. A fin de cuentas, en la medida en que la Coordinadora Guerrillera se negaba a discutirlo, se llega nuevamente al fracaso de la negociación.

- **1999:** Andrés Pastrana, en su gobierno tenía intenciones de cesar finalmente con el conflicto armado, por ello lleva a cabo un acuerdo, el cual consistía en otorgarle a las FARC una zona de distensión que comprendía una extensión de 42.000 kilómetros cuadrados conformada por varios municipios. Luego de que las FARC se acentúan allí, proceden a realizar actos ilegales como violaciones, extorsiones, robos de ganados, secuestros y asesinatos, burlando de este modo el acuerdo de paz. En el año **2000**, entre el gobierno de Andrés Pastrana y EE.UU, lanzan una estrategia para combatir el narcotráfico la cual tuvo el nombre de “el Plan Colombia”, en donde Washington apoyó incondicionalmente con dineros para fortalecer los ejércitos colombianos y para equipamientos militares. De este modo, se empieza a combatir con esta guerrilla y continúa el proceso durante el mandato de Álvaro Uribe Vélez (**2002-2010**) donde se vivió la muerte de varios integrantes de la guerrilla, entre ellos el responsable internacional de la organización, Raúl Reyes.

EL ARTE DE LA PAZ

El artículo 22 de la Constitución Política Colombiana manifiesta: “La paz es un derecho y un deber de obligatorio cumplimiento”. En virtud de ello, se conjetura que el Estado Colombiano debe procurar de cualquier modo, fomentar la paz y garantizar el bienestar de

todos los ciudadanos, pues esta se considera un derecho fundamental, como lo afirma en su artículo, Luigi Ferrajoli (2006)⁶: “Deben estar garantizados como derechos fundamentales todos los derechos vitales cuya garantía es condición necesaria para la paz”.

En respuesta a ello, el Gobierno Nacional Colombiano ha tomado las riendas sobre el caso del conflicto armado que notoriamente violan uno de los derechos fundamentales de la población civil, en cabeza del presidente de Colombia, Juan Manuel Santos⁷, se alcanza a llegar a una negociación con una de las organizaciones guerrilleras más poderosas e influyentes, la cual consiste en dar fin a los años de violencia de los que han sido víctima miles de personas. Los diálogos del proceso de paz, que empezaron desde el año 2012, dan frutos en el año 2016 donde se firma concluyentemente en la Habana el día 24 de agosto.

Efectivamente, estos diálogos abarcan seis puntos discutidos, los cuales hacen parte de la Agenda General del Acuerdo General para que así se lleve a cabalidad una paz estable y duradera. Los seis puntos discutidos son los siguientes:

- **Reforma Rural Integral:** se busca cerrar la brecha entre el campo y la ciudad, además de reivindicar a los campesinos que han perdido sus tierras a causa del conflicto armado, fomentando la producción agrícola y de este modo, la erradicación de la pobreza en las zonas rurales.
- **Apertura democrática:** se procura una inclusión política de las FARC-EP en la democracia y sería un partido político, para que se pueda promover a la pluralidad respetando de este modo las diferentes visiones e intereses de estos ciudadanos y además de esto, se garantiza la implementación de medidas de seguridad para evitar los atentados contra las transparencias electorales.

⁶ Luigi, (2006). Sobre los derechos fundamentales.

⁷ Político colombiano, actual presidente de Colombia desde el 7 de agosto de 2010.

- **Acuerdo sobre cese al fuego y de hostilidades bilateral y definitivo y dejación de armas:** comprende que se terminen definitivamente las acciones ofensivas que además, puedan afectar a la población; Asimismo, se implementa la inclusión de las FARC-EP a la vida civil tanto en lo social como en lo económico y político, de acuerdo con sus intereses, fundamentándose en el reconocimiento de la libertad individual y del libre ejercicio de los derechos individuales. Finalmente, incluye la dejación de armas, que consiste en la entrega total de las armas pertenecientes de las FARC-EP a la ONU ⁸para así contribuir a la paz duradera.
- **Solución al problema de las drogas ilícitas:** se busca cesar con el cultivo de drogas ilícitas, implementando de este modo, medidas de aseguramiento para que estos casos no se den de manera repetitiva. Se incluye, el consumo de drogas como un asunto que atenta contra la salud pública de las personas y con enfoque de derechos humanos, para ello, se crearía un Programa Nacional de Intervención Integral frente al consumo de drogas y también se pondrá en marcha un Sistema Nacional de Atención al Consumidor de Drogas Ilícitas. Por último, abarca el fenómeno de la producción y comercialización de narcóticos, con el fin de poder erradicar las organizaciones dedicadas al narcotráfico, implementando estrategias de lucha contra la corrupción asociada a este.
- **Acuerdo sobre las víctimas del conflicto:** se manifiesta que el acuerdo sobre las víctimas era el centro de la negociación, se llevaría a cabo la creación de un “Sistema Integral de Verdad, Justicia, Reparación y No Repetición” con lo cual se busca luchar contra la impunidad hacia las personas que cometieron delitos graves, reparar a las víctimas por el daño que sufrieron a causa

del conflicto, conocer la verdad acerca de los hechos ocurridos y la garantía de la No Repetición.

- **Mecanismos de Implementación y Verificación:** con esta medida se busca garantizar el cumplimiento de estos acuerdos, realizando seguimientos e implementación adecuada para que se cumpla en su totalidad. De esta forma, se crean unas entidades que facilitarían el cumplimiento de dichos acuerdos, entre ellas se encuentra la creación de la Comisión de implementación, seguimiento y verificación del Acuerdo Final de Paz y de resolución de diferencias, que tiene como función principal resolver las situaciones imprevistas que nazcan de la interpretación de los acuerdos y también tiene la función de hacer seguimiento del acuerdo y vigilar su cumplimiento.

UN NUEVO COMIENZO

Como se pudo evidenciar, con los procesos fallidos en los gobiernos de los presidentes Belisario Betancur, Virgilio Barco, César Gaviria y Andrés Pastrana, se realizaron intentos de llegar a la paz pero fueron un fracaso debido a varias causas, ya sea escaso apoyo de la población, inconclusión en los acuerdos o por falta de disposición de la organización guerrillera.

El actual presidente de Colombia, Juan Manuel Santos, en un intento por lograr cese al conflicto interno en el país, logró acabar con este, llevando a los líderes de las FARC-EP a las mesas de negociación en la Habana, dicha negociación se logró gracias a la disposición de ambas partes. Antes de presentar el acuerdo final de paz, el presidente Santos realiza un plebiscito⁹ para tener en cuenta la opinión de los ciudadanos y determinar si lo que se quiere establecer, resulta benéfico para los ciudadanos; en este plebiscito se alzaron dos grupos defendiendo sus intereses,

⁸ La Organización de las Naciones Unidas, fue fundada en 1945. Los Estados se afilian voluntariamente a las Naciones Unidas para colaborar en pro de la paz mundial y promover la amistad entre todas las naciones.

⁹ Procedimiento jurídico por el que se somete a votación popular una ley o un asunto de especial importancia para el Estado.

por un lado el gobierno realizó un campaña para obtener el apoyo de las personas y por otro lado, el ex presidente Álvaro Uribe Vélez encabezó el “No”. Como resultado de dicha disputa y múltiples campañas, se obtuvo como resultado una respuesta negativa por gran parte del pueblo, es decir, no se aprobó el acuerdo. Consecuente a esto, el gobierno redacta nuevamente los puntos discutidos en los acuerdos y lleva a cabo la negociación.

Los beneficios que trae consigo esta negociación son infinitos. La paz se considera fundamento de los derechos humanos, por lo tanto, no podemos hablar de paz únicamente basados en un acuerdo, sino que debemos ejercer cada una de nuestras posiciones, esto conlleva tener optimismo y paciencia, pues tantos años de guerra no se borran de un momento a otro, esto incluye tener mucho compromiso para poder brindar un ambiente sano en el que a futuro sea posible convivir de manera despreocupada, y, de este modo apoyamos la causa que no había sido posible conseguir en tantos años.

¿EL ACUERDO SE DESEMPEÑA DE MANERA EFICAZ?

Hoy día, los puntos tratados en el acuerdo, han tenido tiempo de implementarse de manera infalible, por ende, actualmente deben haberse puesto en funcionamiento todos los puntos acordados.

- El punto de **“Reforma Rural Integral”**, sin duda se halla como una causa justa, ya que los campesinos tienen derecho a recuperar parte de las tierras que perdieron a causa del conflicto armado y además, tienen el derecho a que se les reconozca su trabajo, en atención a lo cual, el impacto de este acuerdo es positivo, como lo asegura Lucas Peña (2011):
“la restitución de tierras tendrá un impacto importante en la distribución de la tierra, pues no sólo será recuperada de manos de los usurpadores sino que se titulará posesiones antiguas y se compensará a los ocupantes de predios de restitución, titulando nuevos predios. Pero también tendrá impacto en la

creación de condiciones de seguridad, de productividad y de conciencia política para los campesinos”.

Ciertamente, se ha desempeñado bien este punto en el acuerdo, pues el presidente Juan Manuel Santos, entrega títulos de tierra a los campesinos afectados por el conflicto armado.

Según la Agenda de Noticias Internacional (2017), el presidente Santos, entregó 329 títulos de propiedad a los campesinos del departamento del Cauca, lo cual les permitirá poseer beneficios por parte del Gobierno como apoyos financieros y de emprendimientos que financia el ya mencionado. Además, Santos concluye que la entrega de estos títulos no son suficientes, adicionalmente, se les ayudara con proyectos productivos. Igualmente, el presidente, reitera que para poder reafirmar a la paz, se tiene que empezar ayudando a las víctimas directas del conflicto, y esto empieza otorgándoles un título. En respuesta a ello, podemos concluir que la reforma agraria es un punto que se está ejecutando de manera eficiente, cumpliendo con lo pactado en los acuerdos.

- El punto tratado de la **“Apertura democrática”**, es un tópico de polémica, el cual ha sido justamente incluido debido a los derechos que ejercen estos ciudadanos que se reintegran a nuestra población civil. De igual modo, no se les debería incluir tan prontamente, ya que han estado parte su vida acostumbrados a la violencia y será difícil que la población no los reconozca por ser parte de un grupo al margen de la ley, para ello se considera esencial que se practicara con más profundidad la ayuda de profesionales, asegurando así, que han dado un nuevo paso al cambio.

Luis Fernando Álvarez (2017) ¹⁰asevera en su columna de opinión que, a estudio de la Corte Constitucional, entró el Acto Legislativo

¹⁰ Álvarez, 2017. El colombiano. (2017). “ a estudio de la Corte Constitucional, entró el Acto Legislativo que acepta la transformación de las FARC-EP en partido político y contiene algunas reglas transitorias para su participación en los procedimientos electorales a partir del 2018”.

que acepta la transformación de las FARC-EP en partido político y contiene algunas reglas transitorias para su participación en los procedimientos electorales a partir del 2018. Además, Álvarez (2017) ¹¹ afirma que:

“El nuevo partido o movimiento político sólo recibirá personería jurídica, cuando se levante el acta oficial de dejación de armas por parte de las FARC. Hecho esto, el movimiento debe inscribir ante el Consejo Nacional Electoral el acta de fundación, sus estatutos, la plataforma ideológica y la relación de sus directivos”, “Además, recibirá financiación estatal para los procesos electorales que se desarrollen en los años 2018 y 2022, con el fin de atender las campañas de sus candidatos a la Presidencia de la República y al Senado, teniendo en cuenta, en el primer caso, que el candidato cumpla con los requisitos constitucionales y legales”

Por consiguiente, podemos afirmar que la apertura democrática hacia el partido de las FARC-EP, ha sido provechoso, pues esta organización, inició en la política como partido el 1 de septiembre del año 2017.

- El punto de **“Acuerdo sobre cese al fuego y de hostilidades bilaterales y definitivas y dejación de armas”**, es uno de los puntos más fundamentales para el éxito de este acuerdo ya que era la principal causa de muerte en enfrentamientos entre las FARC-EP y el ejército.

Jean Arnault (2017), jefe de la Misión de la ONU en el acto de dejación de armas, afirmó que este punto del acuerdo se está cumpliendo casi en su totalidad, manifestando que: “El cese al fuego y de hostilidades bilateral, declarado el 29 de agosto de 2016, ha sido respetado por ambas partes y ha contribuido directamente al descenso de los principales indicadores de violencia en el país”.

Con respecto a la dejación de armas, Arnault (2017) expone que: “se ha dado en tres fases. El

primer 30 por ciento se empezó a entregar el 7 de junio, el siguiente 30 por ciento desde el 14 de junio, y el 40 por ciento faltante, empezó el 21 de junio”, en total se entregaron 7.132 armas individuales y colectivas con el agrupamiento de 6.800 guerrilleros.

El punto del acuerdo del cese al fuego, solo en pocas ocasiones se ha visto violado, por tal razón no se ha cumplido en un 100% pero la voluntad de las partes ha permitido que el proceso del camino hacia la paz, sea cada vez más corto y que el sueño de una Colombia segura, deje de ser una utopía. De manera que, la dejación de armas, nos da motivos para dudar con respecto al número de armas que se entregaron ya que se consideran muy pocas para los años de guerra y el número de guerrilleros existentes.

- El punto tratado de la **“Solución del problema a las drogas ilícitas”**, es uno de los puntos más difíciles a tratar o de solucionar ya que detrás de este, se encuentran muchos intereses económicos que atañen un problema en la resolución de este conflicto. Con la firma de este acuerdo de paz, no se asegura una solución definitiva a esta problemática, pero sí aseguramos que por lo menos las zonas en las que se encontraban situadas las FARC ya no serán un punto de cultivo ni de distribución de drogas, entonces, la tarea del Estado actualmente radica en contratar el origen de la problemática.
- El punto tratado de **“Acuerdo sobre las víctimas del conflicto”**, se ha cumplido de manera eficaz, pero parcialmente, porque al Estado verificar el número de víctimas que debía reparar con indemnizaciones, prometiéndoles una vida integral, no tuvo en cuenta la cantidad de personas que han sido afectadas a causa del conflicto armado. Es un punto necesario en el acuerdo, pero, al ponerse en funcionamiento, no cumple las expectativas que se requieren, puesto que, pueda que se repare un número significativo de víctimas pero no su totalidad, lo que hace que se pierda la credibilidad en el acuerdo por parte de los afectados.

¹¹ Álvarez, 2017. El colombiano. (2017).

- El punto de “**Mecanismos de Implementación y Verificación**”, la ONU ha cumplido un papel fundamental en el cumplimiento de los puntos pactados en el acuerdo, no solamente se encarga de respaldar el proceso y de darle su visto bueno, sino que además, es el encargado de verificar de que todas las partes en el acuerdo estén cumpliendo por lo acordado. Según El País (2017): “Su tarea principal, según la decisión del Consejo de Seguridad, será asegurar la implementación del acuerdo de paz en lo relativo a la reintegración política, económica y social de las FARC”. Pero, además de esto, La ONU aceptó la solicitud del Gobierno Colombiano y las FARC y aprobó la creación de una nueva misión, que se encargaría de verificar la reintegración en la sociedad de los exguerrilleros y de que se garantice su seguridad y la de las comunidades afectadas por el conflicto. La ONU ve su apoyo a la paz en Colombia como uno de sus grandes éxitos durante los últimos años y es por ello que decide apoyar la negociación como prueba tanto de ejercer sus funciones como de satisfacción, al notar el cambio en el país.

El hecho de que este proceso este apoyado por una Organización Internacional, le da la garantía al pueblo colombiano de que no es algo que se hace a oscuras, más bien se hace a luz pública, en donde todos son testigos del cambio que queremos alcanzar, que a partir de estos acuerdos el conflicto se reducirá a sus más bajos niveles y que Colombia no es más, un lugar de guerra.

CONCLUSIÓN

Finalmente, a pesar de que Colombia se consideraba uno de los países más conflictivos, el Estado ha encontrado la solución a esta problemática. Por medio de los acuerdos que se implementaron para cesar con la violencia, se evidencia el fruto de nuestra voluntad de vivir en una sociedad donde reine la paz, se cuenta con la disposición de las partes, y la mayoría de los puntos acordados, son desempeñados de manera

eficaz, respondiendo nuestra incógnita. A pesar de que algunos de los ciudadanos no creen en un cambio, este se nota en el cumplimiento de cada una de las tareas que se asumen, pues son las víctimas directas las que son favorecidas por medio de este acuerdo. Tanto el Estado como las FARC y la población civil, consideran que esta se puede lograr con voluntad, empeño y optimismo, y de este modo poder cumplir el sueño de vivir una Colombia segura, llena de paz.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Agencia EFE. (2017). Recuperado en: <https://www.efe.com/efe/america/sociedad/santos-entrega-titulos-de-tierras-a-los-campesinos-afectados-por-la-violencia/20000013-3332786>
2. Álvarez, L. (2017). El partido político de las FARC. Recuperado en: <http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/el-partido-politico-de-las-farc-IF6564138>
3. Chientaroli, N. (2015). Colombia y las FARC, una historia de más de medio siglo de sangre. El Diario. Recuperado en: http://www.eldiario.es/internacional/Colombia-FARC-historia-siglo-sangre_0_433957705.html
4. Constitución Política. Recuperado en: <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-1/articulo-22>
5. El País. (2017). ONU aprueba una segunda misión para verificar el proceso de paz en Colombia. Disponible en: <http://www.elpais.com.co/colombia/onu-aprueba-una-segunda-mision-para-verificar-el-proceso-de-paz-en.html>
6. El Tiempo. (2017). ‘El cese del fuego ha sido respetado por ambas partes’: Jean Arnault. Recuperado en: <http://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/onda-balance-de-la-dejacion-de-armas-de-las-farc-en-acto-final-103150>

7. El Tiempo. Recuperado en: <http://www.eltiempo.com/noticias/farc>
8. Ferrajoli, L. (2006). Sobre los derechos fundamentales. Cuestiones Constitucionales. Disponible en: <http://www.redalyc.org/html/885/88501505/>
9. Noticias Caracol. (2016). La historia de las FARC: 52 años de un doloroso conflicto. Recuperado en: <https://noticias.caracoltv.com/acuerdo-final/la-historia-de-las-farc-52-anos-de-un-doloroso-conflicto>
10. Peña, L. (2011). La restitución de tierras como plataforma de transformación del conflicto en Colombia. Archivo PDF. Disponible en: http://www.bivipas.unal.edu.co/bitstream/10720/590/1/TT-354-Pe%C3%B1a_Lucas-2011-444.pdf
11. Revista Semana. (2016). Hace 32 años se firmó el acuerdo de La Uribe. Recuperado en: <http://www.semana.com/nacion/articulo/proceso-de-paz-acuerdo-fallido-de-la-uribe-y-acuerdo-de-la-habana/466004>
12. Revista Semana. (1997). Los fracasos de la paz. Recuperado en: <http://www.semana.com/nacion/articulo/los-fracasos-de-la-paz/33250-3>
13. Síntesis de los Acuerdos. Archivo PDF. Disponible en: [file:///C:/Users/Carolina%20Morales/Downloads/Sintesis-Definitiva\(1\).pdf](file:///C:/Users/Carolina%20Morales/Downloads/Sintesis-Definitiva(1).pdf)

EMPRESA Y SOCIEDAD

UNA MIRADA A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. CASO DE LA COMPAÑÍA ECOPETROL S.A.

Adriana García¹

RESUMEN

Este artículo nos narra sobre la Responsabilidad social empresarial como un compromiso social que tienen las empresas con las comunidades y el impacto que genera la actividad de producción al medio ambiente; hoy en día las empresas buscan ser sostenibles con el fin de reducir el impacto que ellas tienen en la sociedad. A partir de esto encontramos empresas socialmente responsables en Colombia como lo es Ecopetrol S.A que han visto como estrategia empresarial la RSE ya que esta impulsa al crecimiento de la empresa, posiciona la marca, equilibra su actividad productiva con los impactos en el medio ambiente y mantiene una relación estrecha con los grupos de interés (stakeholders) ya que esto le brinda credibilidad confianza al consumidor, proveedores y socios.

PALABRAS CLAVE

Responsabilidad empresarial, sostenibilidad, ética empresarial.

ABSTRACT

This article tells us about corporate social responsibility as a social commitment have companies with communities and the impact generated by the activity of production environment; Today the companies seek to be sustainable in order to reduce the impact they have on society. From this we find socially responsible in Colombia companies as so Ecopetrol S.A have seen as CSR business strategy since this encourages the growth of the company, positioned the brand, balances its productive activity with impacts on the environment and maintains a close relationship with stakeholders (stakeholders) since this provides credibility confidence to the consumer suppliers and partners.

KEYWORDS

Corporate responsibility, sustainability, business ethics.

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social empresarial está presente a finales del siglo XIX. Cuando empezó la globalización, las empresas se enfocaron en ser competitivas en los mercados, en aplicar las telecomunicaciones y la tecnología para lograr producir o generar ganancias; durante este proceso se olvidan del medio ambiente, de sus recursos humanos, la explotación intensiva de los recursos de la tierra y la sociedad en general, teniendo un impacto negativo en ella y colocando en peligro las futuras generaciones.

Friedman, Milton (1970) fue uno de los pioneros en tratar el tema de la Responsabilidad Social Empresarial, lo enfocó en los negocios y sostuvo que era para incrementar los bienes de las empresas en el magazín del New York Times.

¹ Estudiante del programa de Mercadeo de la Universidad Libre, miembro activo del Club de marketing, ponente nacional de la Red Colombiana de Semilleros de Investigación. Red Colsi. Líder del Semillero Seintur de la Universidad Libre.

Según Corea J. G. (2004, pág. 100)¹” existen diferencias en los enfoques de balance social y de responsabilidad social empresarial entre las organizaciones colombianas, según pertenezcan a los sectores público, privado o social. Estas diferencias son válidas, de acuerdo con la naturaleza social, el tamaño y el compromiso de la alta dirección de cada organización”.

Las empresas socialmente responsables, evidencian que el consumidor de hoy en día es más crítico y exigente con las empresas ya que no solo buscan un beneficio propio si no que todas las empresas también puedan brindar un aporte y cambio a la sociedad al igual que en el medio ambiente; atendiendo a estas necesidades de los consumidores y de los efectos que tienen las empresas sobre el medio ambiente, estas se ven en la tarea de aplicar la Responsabilidad Social Empresarial RSE y darle ese valor agregado a los productos lo cual va generar posicionamiento en su marca como lo hace la Empresa Colombiana de Petróleos S.A. Ecopetrol se dedica a la exploración de hidrocarburos, producción, refinación y distribución del petróleo y gas la cual emplea a 9315 personas.

La responsabilidad social empresarial nace para contrarrestar los daños y producir beneficios y concientización para las empresas del impacto que generan en el medio ambiente y en la comunidad. La RSE no es una barrera para las empresas; sabemos que todo negocio quiere ser rentable y generar ganancias, pero lo que busca esto, es que, en este proceso de aumentar la economía, el futuro no se vea comprometido por la falta de compromiso con la sociedad y el medio ambiente.

Los valores como la integridad y responsabilidad son quienes nos definen como seres humanos ese deber ser que nos aporta cierta imparcialidad para la toma de decisiones. Por eso es tan importantes para las empresas aceptar que el capital ético es la clave para avanzar en el crecimiento de la organización con esto se aumenta la moral, y la honestidad dentro del campo de trabajo y al instante de aplicar la RSE se alinea todo lo anterior para tener una mejora en el proceso.

Existen varias definiciones sobre lo que es responsabilidad social empresarial algunos autores lo relacional con el tema social y la empresa.

De acuerdo con Williams, Siegel y Wright (2006), se define la RSE como situaciones donde la empresa se compromete y cumple acciones que favorecen el bien social, más allá de los intereses de la empresa y por sobre lo que se espera como cumplimiento de la ley.

Correa, M. E. (2004). “Los entornos naturales sanos que tienen capacidad de renovarse, y los recursos humanos mejor educados, sanos, y motivados, son la base que asegura la continuidad de la producción y el éxito de la empresa moderna”.

Un aspecto clave de la RSE es el Balance Social, por lo que Presuttari, L. (2016) señala que es una expresión de la dimensión social de la labor de la empresa, su fin es mostrar datos cuantitativos o evidenciar la ausencia de éstos y sostiene que con relación al impacto de la relación de la empresa con su entorno y con sus grupos de interés, y resalta la importancia que mantiene el vínculo existente entre las empresas y la sociedad, y que los empresarios deben disminuir los problemas sociales y ambientales de las comunidades de las cuales forman parte.

Correa, M. E. (2004). 2 Desde una perspectiva puramente macroeconómica, la gestión con criterios de responsabilidad social empresarial contribuye sin duda al desarrollo sostenible y equilibrado del planeta. Si lo que perseguimos es generar riqueza de forma sostenible sin agotar los recursos naturales y minimizando la huella medioambiental de nuestra generación, pensando en las generaciones venideras, está claro que todos tenemos que mejorar los procesos para que así sea”.

Correa, M. E. (2004). 3 “En pocas palabras la responsabilidad social produce reducción de costos operativos, mejora la imagen de la marca en el mercado y logra mayor identidad y sentido de pertenencia de sus colaboradores, lo que se convierte en el mejor negocio, no con

visión cortoplacista, sino también para el futuro. La aplicación de programas de RSE, mejora el desempeño financiero, aumenta la lealtad de los consumidores e incrementa las ventas, aumenta la productividad y calidad, mejora la capacidad para retener y contratar a los mejores empleados y favorece el acceso a capitales de las empresas.

Según (Melling y Jensen, 2002), citados por (Bull, 2004) “la responsabilidad social empresarial”, desde finales de los años noventa, comenzó a ser asumida por numerosos actores del contexto político y económico mundial, incluidos instituciones financieras, empresas, organizaciones, agencias de desarrollo, escuelas de negocio, inversores y algunos gobiernos”.

(Vives, 2004), afirma que la responsabilidad social empresarial, consiste en “...prácticas de la corporación que, como parte de la estrategia corporativa, en complementariedad y apoyo de las más importantes actividades empresariales, busca evitar daño y promover el bienestar de “stakeholders” (clientes, proveedores, empleados, fuentes financieras, la comunidad, el gobierno y el medio ambiente); a través de cumplir con reglas, regulaciones y voluntariamente ir más allá de ellas”.

(Cardona Arbeláez, D. y Bustillo M., (2012) señalan que la RSE es más que filantropía ya que busca equilibrio en la rentabilidad de las corporaciones y el bienestar social contribuyendo a sociedades sostenibles y relacionado a las empresas con su entorno; incluyendo convivencia social y organizacional.

Los conceptos como convivencia social, voluntariados por parte de empresas, estrategias corporativas, aportes al desarrollo del país, reducción de costes, minimizar el uso de los recursos escasos, sostenibilidad son algunas de las características que relacionan los anteriores autores con la Responsabilidad social empresarial y que toda empresa debería tener claro para las prácticas de la RSE.

En síntesis, sobre la responsabilidad social empresarial se realiza un cuadro de los

antecedentes históricos que ha tenido la RSE a lo largo del tiempo.

Tabla 1. Evolución histórica de los conceptos responsabilidad social empresarial y balance social

FECHAS	FASES
Ocurrió en la Época del siglo XIX e inicios del siglo XX	En este periodo no existe la responsabilidad social empresarial, las mismas empresas son las encargadas de los problemas sociales
Se da a la mitad del siglo XX	En esta etapa las comunidades toman conciencia y criterio hacia las empresas que estas pueden influir en la solución a los problemas sociales existentes
Se cristaliza en 1960	Empresas y gobiernos se interrelacionan para la tomar iniciativas para encontrar soluciones a los problemas sociales

Elaborada por Adriana García y tomado de Jaramillo, J. G. C. (2007)

La RSE en este sentido es la búsqueda del desarrollo del capital humano, económico, la inclusión de comunidades, trabajadores, proveedores, las regulaciones en los procesos productivos, el voluntariado por parte de empresas, la mejora de la imagen de la empresa frente a los nuevos mercados, la inversión de nuevos programas sociales con el fin de llegar al consumidor de una manera diferente ya que con esto no solo aumentamos ventas si no que se realiza el pacto que toda empresa debe tener con la sociedad en general.

La RSE se puso en práctica por empresas sin ánimo de lucro en Europa y estados unidos, las cuales voluntariamente aplicaban los mecanismos de la RSE donde se generaba un compromiso con la sociedad. Por su parte América del sur se puso en funcionamiento con Brasil donde 500 empresas ofrecían reportes de constancia que estas utilizaban la RSE; a estos reportes se les denominan balance social los cuales son registros que da la organización del

impacto social y ambiental. Estos están implícitos en la empresa y con ellos obtenemos datos sobre empleados, proveedores e inversionistas que están involucrados en el proceso y el aporte que ellos brindan a la sociedad.

DOS CASOS IMPORTANTES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Las empresas que practican negocios de sostenibilidad como Natura, que empezaron a aplicar la RSE como una estrategia empresarial, resultan llamativas para los Inversionistas Responsables Sociales IRS quienes buscan negocios sostenibles para la inversión en ellos, ya que para estos consideran que es determinante y rentable la RSE a la hora de entrar en el mercado; para apoyar lo anteriormente dicho, veamos el aporte del siguiente autor.

Storebrand Kaptialforvaltning, 2003) afirma que “las empresas [con altos estándares de RSE] frecuentemente son muy rentables, exactamente porque están administradas por personas modernas, dedicadas, que ven las posibilidades de combinar rentabilidad económica con la protección del medio.

Por otra parte, podemos observar que, en el sector de industria y construcción, la cementera Grupo Argos S. A en sus políticas de sostenibilidad implementan la RSE; podemos señalar que en su misión, visión y valores se ven plasmado el compromiso que tiene con los grupos de interés y el equilibrio que tienen entre lo económico, social y ambiental, en donde tratan de disminuir el impacto que generan a la sociedad y al medio ambiente; su política de sostenibilidad incluye a clientes, colaboradores, medio ambiente, autoridades, proveedores y comunidades.

La cementera Grupo Argos S. A ganó el premio de Responsabilidad Social Empresarial en Colombia debido a su correcta forma de aplicar la RSE evidentemente las empresas socialmente responsables para llegar a este punto de reconocimiento tiene un largo camino que recorrer y ciertas pautas que aplicar en las cuales podemos resaltar las siguientes las cuales

el autor González (2005) nos muestra algunas puntos importante que toda empresa debe tener para ser socialmente responsable , integrar a los grupos de interés, reflejar en nuestras pautas publicitarias la política de sostenibilidad para dar a conocerlo a los consumidores, cuidar las zonas verdes, mejorar los procesos de producción, realizar voluntariados por parte de empresas y tomar las medidas de prevención en el área de trabajo y producción, promover campañas, capacitar a los trabajadores, minimizar el impacto ambiental y las basuras.

Estas son algunas pautas las cuales nos expone el autor es un compromiso con la comunidad, generar valores entre los trabajadores ya que son ellos los que realizan la mayoría de los procesos de producción en la empresa. Siendo esto una parte que tiene que hacer la empresa para ser socialmente responsable en cualquier sector de la economía se realiza de la misma manera la RSE solo que algunas por tener más impacto sus procesos son más rigurosos.

Freeman (1984). Quien afirma que “Son cualquier grupo o individuos que puede afectar o ser afectado por la consecución”. La empresa en su proceso de producción genera cierto impacto en las comunidades y sus asociados por eso pretenden generar un equilibrio entre ambos con el fin de llegar a un acuerdo y cumplir objetivos.

(Thompson et al., 1991; Donaldson & Preston, 1995) nos define stakeholders es cualquier actor (persona, grupo, entidad) que tenga una relación o intereses (directos o indirectos) con o sobre la organización”.

En otras definiciones un poco opuestas a los anteriores autores tenemos a (Bowie, 1998; Savage, 1991; Hill & Jones, 1992; y Nazi, 1995). Stakeholders (primarios) son actores (o categorías de actores tales como empleados, gerentes, proveedores, propietarios/ accionistas y clientes) poseedores de intereses y expectativas sobre la organización, sin los cuales la organización no sería posible”.

EN EL CASO PARTICULAR DE ECOPE- TROL S.A Y LA RSE

Conocida como la empresa líder del sector petroquímico de Colombia se pudo observar que las estrategias RSE desarrolladas en dos lineamientos: relacionarse con los grupos de interés (stakeholders) y el medio ambiente; teniendo en cuenta que este es un concepto que demanda una definición muy concreta a los autores.

Los grupos de interés o stakeholders que presenta Ecopetrol s. a, son todas las personas que tienen cierto impacto en la empresa como la comunidad, empleados, clientes, consumidores, proveedores, autoridades públicas, sociedad civil, representantes y cualquier decisión que se tome, tendrá que ser consultada con los implicados debido al impacto que puede generar dicha decisión pudiendo ser esta beneficiosa o perjudicial para los implicados.

Cumpliendo así con su lineamiento donde se buscan generar confianza, satisfacción y fidelidad; esto se logra a partir de consultas y

entrevistas que hacen con cada grupo de interés sin olvidarse de la orientación que tiene la empresa y los objetivos que esta misma tenga establecido en el código de la ética y el código del buen gobierno de Ecopetrol S.A.

Dentro de los aspectos que se encuentran relacionados con su segundo lineamiento encontramos la gestión ambiental lo cual quiere lograr que su impacto en el proceso de extracción de petróleo sea mínimo para las comunidades, se tiene en cuenta que uno de los recursos afectados por la exploración del petróleo es el agua se encontró en estudios realizados que estas aguas no son aptas para las personas.

Por tal razón, se hace necesario que empresas como Ecopetrol S.A tengan un protocolo de seguridad para las zonas afectadas y evitar cualquiera de los anteriores casos que puedan ser perjudiciales a las comunidades y el medio ambiente. Resumiendo, sus aplicaciones de la RSE en Ecopetrol realizan un modelo el cual nos expone sus estrategias de responsabilidad social así

Tabla 2. Modelo de la Responsabilidad social empresarial.

Grupos de interés	Compromiso	Objetivos estratégicos
Accionistas e inversionistas	Tener negocio sostenibles	Promover la transparencia y el fortalecimiento de las relaciones de inversionistas
Trabajadores, familias y pensionados	En el ámbito laborara generar confianza, lealtad y productividad por parte de los trabajadores	Trabajar en el marco del derecho laborar, generar calidad de vida para los trabajadores y familia
Contratistas y trabajadores	Guiar su relación en beneficios para ambos	Promover la RSE, en la cadena de suministros manejar una lealtad y compromiso bajo la normas y leyes que lo rigen
Socios	Negocios sostenibles	Asegurar que las practicas del negocio sea viable y no afecte a las comunidades alrededor
Clientes	Satisfacción del cliente	Aumentar el valor con los clientes
Estado	Cumplir las normas y leyes del estado	Asegurar que se cumplan las normas
Sociedad y comunidad	Contribuir con la sostenibilidad del país y el cumplimiento derechos humanos	Implementar la RSE en comunidades, apoyar a las comunidades en sus proyectos de sostenibilidad

Elaborado por Adriana García Tomado de la Empresa Ecopetrol S.A (2014)

Como resultado de sus estrategias de RSE se encuentra registros consignados en lo que se denominan Global Reportan Iniciativa GRI fue creada en 1997 cuentan con más de 1000 empresas de diferentes sectores de la economía realizando registros; Ecopetrol como empresa socialmente responsable utiliza como mecanismo de reporte o memorias lo cual muestra logros que ha tenido la empresa en el ámbito económico, social y ambiental llamado el triple avance con esto se justifica el cumplimiento y compromiso con los grupos de interés.

CONCLUSIÓN

La responsabilidad social corporativa va más allá de la filantropía y se muestra como plan estratégico de las empresas con el fin de mitigar el impacto que tienen la comunidad creando un equilibrio entre ambos, Ecopetrol emplea estas estrategias ya que su actividad productiva se expone a efectos perjudiciales para la comunidad y el medio ambiente lo que busca es condicionar sus políticas para que no vayan en contra del cuidado del medio ambiente, también buscan garantizar a largo plazo el bienestar de comunidades, trabajadores y todos los grupos de interés.

Se puede inferir que la RSE ha tenido aceptación por empresas importantes de Colombia y que a partir de esto se han desprendido conceptos o tendencias como los negocios sociales los cuales buscan reinvertir todo el capital en problemática que estén ocurriendo actualmente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Antolín, M. N., & Gago, R. F. (2004). Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management. *Universia Business Review*, 1(1), 1-10.
2. Argandoña, A. (1998). La teoría de los stakeholders y el bien común. IESE.
3. Bull, B. (2004). Responsabilidad social de las empresas: ¿Una solución para el desarrollo en América Latina? *Revista Venezolana de Gerencia*, 9(28).
4. Correa, M. E., Flynn, S., & Amit, A. (2004). Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial (Vol. 85). United Nations Publications.
5. Cardona Arbeláez, D. (2012). Políticas de gobierno corporativo en el hotel las américas global resort de la ciudad de Cartagena de Indias. *Saber, ciencia y libertad*, 7(1), 83-93.
6. Cansino del Castillo, C., & Morales Parragué, M. (2008). Responsabilidad social empresarial.
7. Fernández, G., & Ramos, A. G. (2010). Los stakeholders y su rol en la gestión ambiental. *Revista Hospitalidade*, 7(2), 3-24.
8. Friedman, Milton (1970), The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. *New York Times Magazine*, September 13.
9. Garavito, C. (2012). Responsabilidad social empresarial y mercado de trabajo. *Economía*, 31(61), 81-104.
10. García, A.L.I.N.A. (2007). Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible. *Revista futuros*, 5, 17.
11. Jaramillo, J. G. C. (2007) 1. Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. *Semestre Económico Universidad de Medellín. Colombia* 10(20), 87-102.
12. Jaramillo, J. G. C. (2007) 2. Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. *Semestre Económico Universidad de Medellín. Colombia* 10(20), 87-102.

13. Jaramillo, J. G. C. (2007)3. Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. *Semestre Económico Universidad de Medellín*. Colombia 10(20), 87-102.
14. Martínez, C. (2010). Responsabilidad social empresarial. Una reflexión desde la gestión, lo social y ambiental. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
15. Martins, H. F., & Fontes Filho, J. R. (1999). ¿En quién se pone el foco? Identificando "stakeholders" para la formulación de la misión organizacional. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, 15, 111-140.
16. Perdiguero, T. G., & Reche, A. G. (Eds.). (2005). *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial* (Vol. 52). Universidad de Valencia.
17. Presuttari, L. (2016). *Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial* (Bachelor's thesis), archivo recuperado en <https://repositorio-uesiglo21-edu-ar.bibliotecadigital.idm.oclc.org/handle/ues21/13053>
18. Vallaeys, F. (2008). *¿Qué es la responsabilidad social universitaria*. Nuevo León, México. consultado en: www.cedus.cl.

LA IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS ORGANIZACIONES

Sebastián Alzate, Giovanni Durán, Nicoll Huérfano, Daniel Márquez, Aryaneth Pérez, Jaime Pérez, Camilo Serna¹

RESUMEN

Según el Observatorio de Responsabilidad Social Empresarial es la forma en la cual las empresas guían el negocio teniendo en cuenta los contextos y las actividades que generan los clientes, medio ambiente, capital humano y sociedad en general.

De igual forma, el observatorio de RSE (2004) reconoce como definición de La Unión Europea en que el RSE es entendido como la integración voluntaria de parte de las empresas por su aporte a la sociedad y medioambiente de sus operaciones comerciales e interpersonales.

Teniendo en cuenta lo anterior, (Rest, I, 2005)¹ anota que la responsabilidad social empresarial debe tener un punto de vista crítico en cuanto a e capital humano, la sociedad y medio ambiente respondiendo a las necesidades de las mismas, por lo que, el alcance que se ha llevado a cabo en RSE puede ser amplio si se tienen en cuenta opciones de actividades internas que le apunten por lo menos a una de las necesidades, entre las estrategias están las políticas para los trabajadores, formación al ser, innovación en tecnología, gestión adecuada del medio ambiente, acciones sociales, entre otros.

Lo anterior debe estar encaminado como lo afirman los economistas a la contribución de calidad de vida y bienestar social, lo cual beneficia no sólo a la sociedad objetivo, también como empresa recibe beneficios en cuanto al establecimiento de la empresa como marca, inversiones de socios, mayor número de consumo, y ganancia en cuanto a competitividad.

“Responsabilidades como servir a los consumidores, tratar a los proveedores justamente, preservar y crear empleo, pagar salarios justos, reeducar y promocionar empleados o invertir en medio ambiente, pueden ser vistas como una medida de riqueza empresarial”. Rest, I (2015)²

PALABRAS CLAVE

Responsabilidad, Sociedad, Contribución, Beneficios, Empresa, Calidad de vida.

ABSTRACT

According to the Observatory of Corporate Social Responsibility is the way in which companies guide the business taking into account the contexts and activities generated by customers, environment, human capital and society in general.

Similarly, the CSR observatory recognizes as a definition of the European Union in which CSR is understood as the voluntary integration of companies by their contribution to society and the environment of their commercial and interpersonal operations.

¹ Estudiantes de I semestre del programa de Administración de Empresas de la Universidad Libre, asesorados por los profesores Diego Cardona Arbeláez, y Teofilo Omar Boyano Fram, Coordinadores de Investigación de la Universidad Libre.

Taking into account the above, (Rest, I, 2005) notes that corporate social responsibility must have a critical point of view in terms of human capital, society and the environment, responding to the needs of them, Scope that has been carried out in CSR can be broad if we take into account options of internal activities that target at least one of the needs, among the strategies are policies for workers, training to be, innovation in technology, Adequate management of the environment, social actions, among others.

This should be guided by the contribution of quality of life and social welfare by economists, which benefits not only the target society, but also as a company receives benefits in terms of establishing the company as a brand, investments of partners, Greater number of consumption, and gain in competitiveness.

KEYWORDS

Responsibility, Society, Contribution, Benefits, Company, Quality of life.

INTRODUCCIÓN

En el último tiempo, la RSE se ha transformado en uno de los temas que más interesan en el mundo académico y empresarial, sin embargo sus bases conceptuales no son nada nuevas, ya que desde las antiguas Grecia y Roma vemos indicios de ciertos principios fundamentales, como lo son la filantropía y la caridad, que rigen el actuar de las personas que viven en comunidad para hacer el bien social. Filósofos como Aristóteles, Platón, Freud, Sartre (Colombo, 2008; Mbare, 2007), y teóricos de las ciencias económicas y empresariales como Paccioli (1494), Smith (1776), Nash (1951), entre otros, discutían en sus respectivas épocas temas asociados a la teoría del bienestar y a la inserción de las instituciones del hombre dentro de cada sociedad.

Herrera A.E. C. (2014)² expresa que en la actualidad la Responsabilidad Social Empresarial –RSE- se ha consolidado como una innovadora estrategia de gestión organizacional, al igual que un creciente campo de estudio e investigación para la academia. Actualmente se

difunde el discurso de la RSE como herramienta que brinda competitividad a la organización, sobre todo en los mercados altamente exigentes, erigiéndose esta como una nueva oportunidad de negocios para el sector empresarial.

Herrera, A. E. C., Castillejo, M. C. B., & García, C. R. (2016) señalan que en la actualidad se plantea que la RSE es una concepción que debe imperar en la estrategia organizacional de las empresas y que dichas prácticas constituyen ventajas competitivas para aquellas organizaciones que las aplican, quedando claro que un gran número de industrias analizadas implementan RSE en función de los rendimientos económicos que esperan obtener.

Sin duda, los puntos de vista eran distintos. Preocupaciones por el rol del hombre en el desarrollo de la sociedad, las posibles mejoras para sostener el crecimiento económico, las condiciones sociales requeridas para la vida humana, la avaricia humana y sus efectos, entre otros, son ejemplos de cuestionamientos de cada época para fomentar el desarrollo económico y social de cada comunidad (Mbare, 2007).

(McManus y Taylor, 2009) señalan que cuando una institución o una organización actúa de modo socialmente responsable, significa que asume sus responsabilidades para con la sociedad (local, nacional o global). Por oposición, cuando no es socialmente responsable, no asume esas responsabilidades. Se puede establecer, pues, una relación directa (positiva o negativa) entre la RS y las problemáticas sociales.

Así, la RS de instituciones y organizaciones propone que los agentes u actores sociales, tienen compromiso con la comunidad o la sociedad, para la toma de decisiones y el comportamiento que asuman; la RS también incluye la responsabilidad legal, y. No se limita a su interpretación, también incluye el apoyo y protección de los intereses de la sociedad, asumiendo más amplia responsabilidad y rendición de cuentas de sus acciones, hacia sus comunidades, resaltando además que conlleva una intervención legal, moral, para enfrentar los errores a la sociedad y el entorno. .

UN ACERCAMIENTO AL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL - RSE

Para empezar, RSE son aquellas siglas con las que habitualmente se conoce la frase Responsabilidad Social Empresarial, la disciplina de estudio. A fin de comenzar a introducirnos a ella, en primera instancia, se puede afirmar que es una disciplina que pertenece al campo de los profesionales de la Comunicación, más exactamente del área de las Relaciones Públicas.

La RSE es un principio de derecho blando que alude al conjunto de decisiones y actividades voluntarias, emprendidas por la empresa o corporación, de manera que mejoren el bienestar y los intereses de la sociedad, así como de la propia organización, y, por tanto, no solamente con unos objetivos de maximizar sus ganancias y contentar a los inversores (Farmer y Hogue, 1985; CCE, 2001; CW, 2006).

De acuerdo con McWilliams, Siegel y Wright (2006), se define la RSE como situaciones donde la empresa se compromete y cumple acciones que favorecen el bien social, más allá de los intereses de la empresa y por sobre lo que se espera como cumplimiento de la ley.

En la sociedad moderna, las empresas y organizaciones son instituciones dentro de las cuales se da la mayor parte de la actividad humana. A su vez, las organizaciones tienen influencia sobre toda la comunidad como consecuencia de sus acciones. A partir de esta concepción, la Responsabilidad Social Empresarial surge de la relación existente entre la empresa y la sociedad en la que se encuentra.

Dentro de este marco social donde existen mayores expectativas y exigencias, la Responsabilidad Social Empresarial conforma un nuevo modelo de gestión para las organizaciones. La misma permite abrir un camino diferente para trabajar en el ámbito relacional y generar así valor en todos los públicos con los que se comunica. Se contempla en un nuevo concepto que interpreta la estrecha

relación del éxito de los negocios de una empresa o institución con la percepción del cliente o consumidor según el grado de compromiso o involucramiento social de la misma. (Agudelo de Bedout, 2009).

Pensar en RSE y tener que cumplir con indicadores sin saber si están alineados con el negocio, ha generado una gran confusión y una difícil concepción y aplicabilidad del término RSE (Sethi, 1975). Al existir tantas definiciones sobre RSE, muchas empresas han querido señalar al mercado que sí son responsables con la sociedad y han buscado entre las distintas definiciones cuál de ellas se ajusta mejor a la forma que conducen sus negocios, lo que trae consigo que muchas empresas se identifiquen como responsables a pesar de que en la práctica, igualmente no se hagan responsables por las externalidades negativas que generan sobre algún, o algunos, de sus grupos de interés.

Cardona, A. D. A. (2011) señala que El análisis de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) requiere la identificación de los agentes con mayor responsabilidad en la actuación de las organizaciones. Los accionistas o propietarios poseen gran responsabilidad sobre el enfoque ético de la organización, pero son los gerentes quienes determinan el rumbo operativo de la empresa. En sus manos está el ordenar los actos orientados al desarrollo sostenible, al compromiso ambiental y social, y eso los convierte en los principales responsables de las actuaciones, tanto operativas como estrategias, para el desarrollo del objeto social de la empresa y el impacto que ésta genere.

Cardona, A. D. A (2015)² señala que “el problema de la lucha contra la pobreza en el mundo desde el punto de vista del rol de las empresas y sus políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), explorando las relaciones existentes entre variables como la pobreza, la tasa de natalidad, los salarios y la globalización, y contrastando con la responsabilidad social, ética y moral”, entre otros aspectos.

Herrera, A. C. (2014) señala que la responsabilidad social empresarial, juega un

papel muy importante, en la medida que sea entendida como una herramienta de gestión y compromiso al que se adhieren las unidades empresariales, permitiéndoles mejorar el dinamismo de sus operaciones y orientar sus procesos internos de tal manera que se puedan alcanzar niveles idóneos de bienestar de forma integral en toda la organización.

CONCLUSIÓN

En fin, la RSE, tal y como existe hoy en día, tiene carácter voluntario. De esta forma, se puede entender como una forma de autorregulación, es decir, la empresa integra a esta autorregulación en su modelo empresarial. Idealmente, la normativa o las políticas relativas a la RSE funcionarían como un mecanismo integrado, auto-regulador, a través del cual las empresas podrían chequear, supervisar y garantizar su adhesión a la ley, a unas normas éticas e internacionales.

Los negocios se responsabilizarían por el impacto de sus actividades en el medio ambiente, los consumidores, los empleados, las comunidades, los accionistas o inversores y todos los demás miembros de la esfera pública.

Es importante señalar que la RSE se encuentra en relación con la ética empresarial, pero es distinta a ésta: la RSE abarca las responsabilidades económicas, legales, éticas y discrecionales de las organizaciones, al paso que la ética empresarial, generalmente, se centra en los juicios morales y la conducta de los individuos y grupos, dentro de las organizaciones. Así, el estudio de la ética empresarial puede ser considerado como un componente del estudio más amplio, de la responsabilidad social de las empresas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Agudelo de Bedout, (2009). Responsabilidad Social Empresarial, Una mirada desde Colombia. Universidad EAFIT. La revista de Negocios Internacionales, Vol. 2, Num. 1. ISSN: 2027-2340
2. Arrieta, J. J. V., & Herrera, A. C. (2014). 1 Diseño de un sistema de gestión en responsabilidad social empresarial para pequeños hoteles de la ciudad de Cartagena. *Saber, ciencia y libertad*, 9(2), 91-108.
3. Arteaga, J. (2015) La Improtancia de la Responsabilidad Social. Tomado de: <http://www.portafolio.co/negocios/empresas/importancia-responsabilidad-social-29960>
4. Cardona A. D. A (2011). La responsabilidad social empresarial desde la perspectiva de los gerentes de los hoteles pymes de la ciudad de Cartagena. *Revista Ciencia, Saber y Libertad*. Universidad Libre. Cartagena. Colombia.
5. Cardona, A. D. A (2015) 2. La responsabilidad social empresarial y la lucha contra la pobreza. *Revista Ciencia, Saber y Libertad*. Universidad Libre. Cartagena. Colombia.
6. Cancino del Castillo, C., & Morales Parragué, M. (2008). *Responsabilidad social empresarial*. Tomado de: http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/122747/Cancino_Morales_2008.pdf
7. Correia Méndez, A. (2015) *La responsabilidad social universitaria, el caso de la UNED*. Tomado de: https://studylib.es/doc/2370139/correia_mendes_e_land_ana_isabel_tesis.pdf
8. Herrera, A. C. (2016) 2 Bases conceptuales y contextuales para el diseño de un modelo de gestión en responsabilidad social para la pequeña y mediana empresa en Colombia. *Saber Ciencia y Libertad*.
9. Herrera, A. E. C., Castillejo, M. C. B., & García, C. R. (2016). Responsabilidad social y estrategia organizacional en grandes empresas industriales de la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia. *Saber Ciencia y Libertad*, 11(1), 105-114.
10. Rest, I. (2005) *Responsabilidad Social Corporativa y Responsabilidad Ambiental*. Tomado de: <http://ibero-rest.com/responsabilidad-social>

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO BASADO EN LAS NECESIDADES DE LAS EMPRESAS EN COLOMBIA

Tatiana Castaño Londoño, Juan Pablo Corrales Ramírez, Oswaldo Marrugo¹

RESUMEN

El Talento Humano según Chiavenato (2007, pág. 45) es la capacidad de las empresas para atraer, motivar, fidelizar y desarrollar a los profesionales más competentes, más capaces, más comprometidos y sobre todo de su capacidad para convertir el talento individual, a través de un proyecto ilusionante, en Talento Organizativo y lo define en el caso del profesional, como “una persona comprometido, práctica y capaz de dar resultados de manera eficiente”. Además considerado como materia prima de las corporaciones; tiene entre sus funciones, el reclutamiento, selección, inducción y capacitación, contratación, bienestar, evaluación de desempeño, y también la remuneración, de acuerdo a la empresa que labore, por tal razón se desprenden roles hacia el talento: comercial, directivo, liderazgo, técnico, administrativo; y de acuerdo a sus funciones, objetivos y aporte de valor a la organización, resalta el autor también al talento del innovador y emprendedor, estos últimos generadores de valor en las corporaciones. Ante la escasez de trabajo y laborar porque no existe otra alternativa, ya sea en entorno no deseado, está en el Gerente o Administrado del Talento Humano, las habilidades para motivar o cambiar de roles en las organizaciones y está en eso el liderazgo de las corporaciones.

PALABRAS CLAVE

Gestión del talento humano, empresa, recursos humanos, objetivos organizacionales, administración, trabajo.

ABSTRACT

Chiavenato's Human Talent (2007, p. 45) is the ability of companies to attract, motivate, retain and develop the most competent, capable, committed and above all their ability to convert individual talent, to Through an exciting project, in Organizational Talent and defines it in the case of the professional, as “a committed person, practical and able to give results efficiently”. Also considered as raw material of corporations; Has among its functions the recruitment, selection, induction and training, hiring, well-being, performance evaluation, and also the remuneration, according to the company that works, for that reason they emerge roles towards the talent: commercial, managerial, leadership , administrative technician; And according to its functions, objectives and contribution of value to the organization, the author also emphasizes the talent of the innovator and entrepreneur, these last generators of value in the corporations. Faced with the shortage of work and work because there is no other alternative, either in an unwanted environment, is in the Manager or Administered Human Talent, skills to motivate or change roles in organizations and is in that the leadership of corporations.

KEYWORDS

Management of human talent, company, human resources, organizational objectives, administration, work.

¹ Estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad Libre orientados por los profesores Diego Cardona Arbeláez y Rosario Cuadrado Álvarez, Docentes de la Universidad Libre.

INTRODUCCIÓN

La empresa es un factor muy importante en la gestión del talento humano y según Chiavenato, I., & Villamizar, G. (2002, P.1) señala que esta: “Es un conjunto de actividades emprendidas por una o más personas, con el fin de satisfacer a todas las partes involucradas en su funcionamiento”. De acuerdo con esto se dice que Gestión del Talento Humano “es el conjunto de procesos necesarios para dirigir a las personas o recursos humanos dentro de la empresa, partiendo del reclutamiento, selección, capacitación, recompensas, evaluación del desempeño, salud ocupacional y bienestar, entre otros, que conduzcan a la obtención de valor agregado para la empresa, los empleados y el entorno”. Naranjo, O. L. J. (2005, P.5). Por otro lado, se habla que la gestión humana “es uno de los campos empresariales que durante los últimos años han tenido los mayores cambios: de ser una oficina de trámites para cumplir las prácticas de administración de personal, pasó a convertirse en un área fundamental para lograr los objetivos organizacionales y la construcción de ventaja competitiva sostenida” (Beer, 1997). Este avance ha llevado a tener mayores exigencias y obliga a actualizar lo que es su práctica, rol y estructuras para convertirse en generadores de valor.

Sin embargo, Hernández, G. C., Valencia, J. C. N., & Giraldo, C. M. Á. (2007, P.41) aporta que “La función de gestión humana durante mucho tiempo fue considerada una tarea administrativa de soporte a aquellas otras que de verdad agregaban valor como la transformación, las finanzas y el mercadeo; pero a partir del estudio seminal de Devanna, Fombrun y Tichy (1981) se cambió de foco centrándose el interés en los aspectos estratégicos del departamento de gestión humana y de los recursos humanos como tal, en especial por su capacidad para incidir sobre los resultados del negocio y por su fortaleza para constituirse en ventaja competitiva sostenida”

Además que “La gestión del talento humano requiere el manejo eficiente de gran cantidad

de información, especialmente porque la toma de decisiones en esta actividad es fundamental para el logro de los objetivos organizacionales”. Riascos Erazo, S. C., & Aguilera Castro, A. (2012, P.145). Según Chiavenato (2002) la gestión del talento humano requiere utilizar diversas bases de datos que permitan obtener y almacenar datos de diferentes tipos de complejidad, entre las bases de datos más importantes están: registro de personal, registro de cargos, registro de secciones, registro de remuneración, registro de beneficios, registro de entrenamiento, registros de candidatos, registros médicos y otros.

Los sistemas de información en la gestión del talento humano facilitan reunir, registrar, almacenar, analizar y recuperar los datos con relación a los recursos humanos de la organización; los procesos principales que deben ser cubiertos por este sistema son: planeación estratégica; formulación de objetivos y programas de acción; registros y controles de personal; registro de nómina; informes sobre remuneraciones; incentivos salariales; beneficios; reclutamiento y selección; entre otros.(Riascos & Aguilera,2012)

Las organizaciones en el transcurrir del tiempo han evolucionado; estos avances han incluido cambios en las estructuras organizacionales, lo cual a su vez, ocasiona la adopción de nuevos estilos de administración, siendo habitual encontrar en las instituciones de salud combinaciones de estilos de administración clásica acompañada de enfoque administrativo estratégico Ortega, N. C. (2013).

La gestión del talento humano se basa de varios elementos como son: La cultura de la organización, la estructura organizacional adoptada, las características del contexto ambiental, el negocio de la organización, la tecnología utilizada y los procesos internos. En cualquiera de los cargos de la gestión del talento humano hace parte las personas y organizaciones, el cual se hace importante la manera de tratar a las personas sin importar su cargo, ya sea gerencia u obreros, la administración de esta debe buscar

el buen funcionamiento y mejoramiento de las habilidades de cada persona.

BREVE MIRADA AL ESTADO DEL ARTE SOBRE TALENTO HUMANO

Investigaciones muestran una serie de vacíos del desarrollo de la gestión del talento humano en Colombia como la falta capacitación de los gerentes, indicadores de productividad y crecimiento del negocio y la falta de recursos y tecnología que respalden la gestión del talento humano, a pesar de que esto se ha venido incrementando en los últimos años en las empresas de Colombia (Price Waterhouse, 2002).

Este proceso es diferente según el tamaño de la empresa. En caso de ser empresas grandes estas emplean criterios técnicos y socioculturales, en cambio las pymes se centran en las referencias, entrevistas y certificados.

Hernández, G. C., Valencia, J. C. N., & Giraldo, C. M. Á. (2007, P. 41) afirma que “En Colombia, la apertura económica y la necesidad de las empresas de responder a los retos de los mercados internacionales ha obligado a repensar esta función aunque todavía se está muy distante de considerarla determinante en el éxito empresarial” sin embargo los procesos de innovación llevaron a desregular el trabajo, la búsqueda de mecanismos de participación, desvinculación y compensación de los trabajadores.

La caracterización de la gestión humana se manejó a partir de tres componentes: la dirección de recursos humanos, áreas de talento humano y la concepción de gestión humana; En cuanto a la dirección de recursos humanos se encontró en Colombia que hay una alta cualificación de los gerentes de área, experiencia en el campo y diversidad de experiencia profesional;

Por otro lado las áreas de talento humano en donde la evolución de los departamentos encargados en dirigir la gestión humana, el 78,4% de los gerentes de esto piensa que la importancia de la gestión del talento humano se está considerando más importante que como

lo hacían antes pero el resto piensa lo contrario, otro resultado es que el 64,8% de las empresas reportan directamente a la gerencia; y por último, la concepción de gestión humana trascendió su objetivo principal de aspectos de administración personal a un método de desarrollo de sus procesos de negocios buscando una mejora en estrategias y competitividad.

UN CASO DE INVESTIGACIÓN SOBRE TALENTO HUMANO EN METALMECÁNICA EMPRESA DE CARTAGENA

Alvarez Cuadrado, Rosario., & Castro Jiménez, Joaquín. (2008, P.213) aportan que “Los procesos de gestión y talento humano en las pymes metalmeccánicas cuentan con un reclutamiento mixto, cuentan con un proceso de selección donde realizan encuestas individuales y estructuradas, pruebas psicotécnicas y evaluación de habilidades estas con el fin de hacer un proceso equitativo, justo y darle una mirada integral al candidato. La definición de perfiles le permite a la empresa alcanzar sus objetivos estratégicos e implementar un sistema de evaluación del desempeño acorde con su filosofía organizacional.

El sistema de evaluación del desempeño que poseen las empresas metalmeccánicas en estudio está a cargo del jefe inmediato; esto tiende un puente entre el jefe y su equipo de trabajo de diálogo y comprensión en cuanto a lo que se espera y cómo hacer por alcanzar los resultados propuestos”. La retribución dada a los colaboradores, según la alta dirección, es justa y se basa en resultados (base + comisión de producción).

Estas recompensas basadas en el rendimiento aumentan la motivación de la persona en el trabajo garantizando la consecución de productos y/o servicios que cumplan con las necesidades, requerimientos y expectativas de los clientes. El 84,6% de las empresas Metalmeccánica en estudio, cuentan con un área, departamento, sección o persona responsable del talento humano; evidenciando organización y coordinación del quehacer.

Además de los programas de salud ocupacional que están definidos y son evaluados por comités paritarios, demostrando el esfuerzo con tener una fuerza laboral saludable.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

El Talento Humano se puede definir como la importancia dentro de una organización con el fin de satisfacer al empleado con su trabajo de tal manera que genere un buen clima laboral. Así como también se considera importante la selección del personal, las capacitaciones y la evaluación del desempeño para fortalecer las funciones y aspectos individuales y grupales de la organización, se realiza un mejoramiento continuo tanto en aspectos internos y externos que se presenten en situaciones futuras, por lo que inferimos que la empresa Metalmecánica tiene gran liderazgo en la Gestión del Talento Humano y como fruto se encuentra una organización comprometida con la calidad del servicio y un personal capacitado en sus labores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Álvarez Cuadrado, Rosario., & Castro Jiménez, Joaquín. (2008). Gestión: estudio interdisciplinario de su práctica en las pymes metalmecánicas en Cartagena.
2. Chiavenato, I., & Villamizar, G. (2007, pág45). Gestión del talento humano.
3. Hernández, G. C., Valencia, J. C. N., & Giraldo, C. M. Á. (2007). La gestión humana en Colombia: características y tendencias de la práctica y de la investigación. *Estudios gerenciales*, 23(103), 39-64.
4. Hernández, G. C., Valencia, J. C. N., & Giraldo, C. M. Á. (2012). Gestión humana en la empresa colombiana: sus características, retos y aportes. Una aproximación a un sistema integral. *Cuadernos de Administración*, 23(41).
5. Naranjo, O. L. J. (2005). Gestión del talento humano en la micro, pequeña y mediana empresa vinculada al programa Expopyme de la Universidad del Norte en los sectores de confecciones y alimentos. *Pensamiento & gestión*, 18, 103-137.
6. Ortega, Nirva Cabarcas. “Gestión del talento humano.” (2013).
7. Riascos Erazo, S. C., & Aguilera Castro, A. (2012). Herramientas TIC como apoyo a la gestión del talento humano. *Cuadernos de Administración*, 27(46), 141-154.

LA IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y EL IMPACTO SOBRE LOS RECURSOS AMBIENTALES

Mary Carmen Rodríguez Royeth. María José Nuñez Almentero. Liliana Durango Castillo, Leydi Vanessa Madrid Medina y Natalia Taboada Salcedo¹

RESUMEN

La responsabilidad social empresarial (RSE) se define según *Infante Rivas Héctor Fabián. (2015, Marzo 10)* como los comportamientos de negocio basados en valores éticos que incluyen una estrategia de mejoramiento continuo en la relación entre la empresa y sus partes”, relación que incluye clientes, proveedores, socios, consumidores, medio ambiente, comunidades, el gobierno y la sociedad en general. Corresponde a una estrategia de negocios enfocada a incrementar la rentabilidad, competitividad y la sostenibilidad, sirviendo como parte de un nuevo modelo de desarrollo sostenible.

El concepto de RSE puede incorporar derechos humanos, medidas de anticorrupción, el medio ambiente, condiciones laborales y actividades dentro de comunidades por medio de alianzas con organizaciones de sociedad civil.

En un mundo donde cada vez se impacta más los Recursos Naturales, y descuida especialmente los no renovables, el impacto que generan las empresas y las personas en el planeta, por lo que más que concientizar a las corporaciones, es necesario indagar qué se viene realizando con relación al tema.

PALABRAS CLAVE

Empresas, impacto, naturaleza, sociedad, biodiversidad, contaminación.

ABSTRACT

Corporate social responsibility (CSR) is defined by *Infante Rivas Héctor Fabián. (2015, March 10)* as business behaviors based on ethical values that include a strategy of continuous improvement in the relationship between the company and its parts, “which includes clients, suppliers, partners, consumers, environment, communities, Government and society in general. It is a business strategy focused on increasing profitability, competitiveness and sustainability, serving as part of a new model of sustainable development.

The concept of CSR can incorporate human rights, anti-corruption measures, the environment, working conditions and activities within communities through partnerships with civil society organizations.

In a world where natural resources are increasingly impacted, and especially neglects non-renewable ones, the impact of companies and people on the planet, so that more than raising the awareness of corporations, it is necessary to investigate what is being done Regarding the subject.

¹ Estudiantes de 1 año de Administración de Empresas de la Universidad Libre.

KEYWORDS

Business, impact, nature, society, biodiversity, pollution.

INTRODUCCIÓN

El afán desmedido de las organizaciones en generar excedentes se han visto frenadas y algunas suspendidas al no acatar las Normas relacionadas con el impacto ambiental, y aunque, existen en la actualidad Normas de Calidad y estándares mínimos el reto es muy grande, dada cada vez más las evidencias de cambio climático y una mega tendencia ha sido la Responsabilidad Social Empresarial. RSE. Apoyado además en rastreo por la web de grandes líderes que han reflexionado sobre el cuidado del medio ambiente.

ALGUNOS REFERENTES DE LA IMPORTANCIA DE LA RSE POR GRANDES PERSONALIDADES

Yoshino, M., & Egawa, M. (2002). Señaló que Fujio Cho (1937), presidente honorario de Toyota Motors expresó: “Los coches respetuosos con el medio ambiente pronto dejarán de ser una opción, se convertirán en una necesidad”; las grandes empresas están empezando a hacer grandes cambios en sus productos para ser más amables con el medio ambiente y están cambiando la forma en las que la sociedad ve al mundo.

Desde el informe Bruntland y nuestro entorno común se reconocía que cada vez debemos mejorar la vida en el planeta, ya que es el único lugar que tenemos para vivir, al respecto, -Jane Goodall (1934) primatóloga británica opinó: “No se puede pasar un solo día sin tener un impacto en el mundo que nos rodea. Lo que hacemos marca la diferencia, y tenemos que decidir qué tipo de diferencia queremos hacer”.

En manos de cada persona está cada día el futuro del mundo, depende de nosotros hacer un alto y corregir todo el daño y empezar a hacer las cosas de una manera diferente si queremos seguir en un ambiente saludable; como señala Mario

Molina (1943, citado por Albaiges, J. (2001)), quien expresó: “Los científicos pueden describir los problemas que afectarán el medio ambiente basándose en la evidencia disponible. Sin embargo, su solución no es la responsabilidad de los científicos, sino de la sociedad en su totalidad”. Por lo que el futuro del mundo depende de todos no de unos cuantos por eso no se puede ser indiferente a la problemática que se está presentando, hay que apoyar incluso con lo más insignificante.

Otro aspecto lo comenta Claudine Schneider (1947), política estadounidense quien expresó: “Una ecología saludable es la base para una economía saludable”. No podemos pensar que habrá una buena economía mundial si no implementamos acciones ecológicas que sean beneficiosas para el ambiente al igual que para la sociedad y Muhammad Yunus, Premio Nobel de la Paz 2006 expresó: “Estoy impulsando a los jóvenes para que sean empresarios de empresas sociales y contribuyan al mundo, en lugar de solamente hacer dinero. Hacer dinero no es divertido, contribuir y cambiar el mundo es mucho más divertido”.

Por lo que las nuevas generaciones debemos pensar en trabajar con un objetivo social de gran impacto no solo para generar dinero y ya sino para hacer de este mundo un lugar mejor para vivir ayudando desde nuestro campo.

Y desde el propio concepto de responsabilidad, Bach, Richard (Libro Ilusiones-año 2007) señala que “a mejor forma de rehuir la responsabilidad consiste en decir: “Tengo responsabilidades”.

Para evitarnos responsabilidades o evitarnos problemas debemos ser conscientes que todo acto tiene una consecuencia, enfocándonos en la empresa, sabiendo esta que son responsables de los problemas que generan en nuestro ambiente. Luchan cada día por buscar soluciones para que nuestro medio ya no sea un problema.

-Bucay, Jorge (Revista Las Buenas Noticias-año 2013) “El verdadero buscador crece y aprende, y descubre que siempre es el principal responsable de lo que sucede”.

Las grandes industrias con los graves problemas que nos ha traído a la sociedad con un aspecto muy importante como lo es nuestro medio ambiente, se les ha hecho muy difícil de generar otros métodos de funcionamiento que disminuyan los problemas por los que somos afectados diariamente aun así todos aprendemos de esto, porque todo somos responsables y somos conscientes que debemos aportar por un futuro mejor.

Otro gran líder de la II Guerra Mundial, Sir. Churchill, Winston (Revista Las Buenas Noticias- año 2013) “El precio de la grandeza es la responsabilidad” por lo que una empresa es exitosa cuando tiene en cuenta sus responsabilidades y se hace cargo de ellas.

Jeroen van der Veer, Shell (Libro Guía de los fundamentos para la dirección de proyectos- año 1996) “En mi opinión las empresas exitosas del futuro serán aquellas que decidan alinear los valores de la empresa con los valores personales de sus empleados. Los mejores talentos quieren hacer un trabajo que contribuya a la sociedad, con una empresa cuyos valores compartan, donde sus acciones cuenten y sus opiniones importen”.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Entendemos por valores en cada uno de los seres humanos que determinan su manera de ser y orientan su conducta. Aplicándolo al entorno empresarial, nos proporcionan una gran ventaja interna como externa depende como sea sus criterios y pensamientos, cada uno de estos valores son el significado de los resultados del futuro ya sea positivo o negativo. Lo que cada empresa quiere es el éxito para ello no solo debe tener en cuenta dentro de su filosofía los aspectos económicos sino también los sociales y ambientales.

(Bello Sepúlveda, O. P. (2014). Citan a Franklin, Benjamín quien al respecto señaló “Si haces lo que no debes, deberás sufrir lo que no mereces”, está claro que nadie merece ser afectado por los problemas sociales, ambientales siquiera el que los provoca, ya que todos somos dignos de vivir justamente en el entorno que nos rodea. Cada día nos estamos viendo afectados por los cambios producidos en el ambiente por causa de las industrias, empresas etc.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Albaiges, J. (2001). Mario Molina. De la recerca al compromiso ambiental. *Medi Ambient Tecnologia i Cultura*, (30), 69-75.
2. Bello Sepúlveda, O. P. (2014). ¿Qué tanto se aplica la responsabilidad social empresarial en las entidades públicas en Colombia? (Bachelor's thesis, Universidad Militar Nueva Granada).
3. Infante Rivas Héctor Fabián. (2015, Marzo 10). Responsabilidad social corporativa o empresarial. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/responsabilidad-social-corporativa-o-empresarial/>
5. Medio Ambiente Urbano (2016) documentov recuperado en http://www.consumer.es/web/es/medio_ambiente/urbano/2016/05/12/223751.php
6. Yoshino, M., & Egawa, M. (2002). Nissan Motor Co., Ltd., 2002. Harvard Business School Case, (9), 303-042.

POSICIONAMIENTO DE MARCA Y LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR. CASO EMPRESA DE COMIDA RÁPIDA, SUBWAY®

Camila Cabeza Olier y Gabriela Coronel González¹

“A través del consumo de ciertas categorías de productos, los consumidores buscan expresar algo de lo que son, o de lo que aspiran a ser.” –Belk.

RESUMEN

Este artículo respalda la importancia del branding desde las preferencias del consumidor, los factores de decisión de compra, y las características de una empresa en relación a las comidas rápidas, recordándonos que el marketing fue creado para garantizar una buena relación entre el sector empresarial con el sector de consumidores potenciales, además de enfatizar en el caso de Subway como negocio de comida rápida más exitoso a nivel global en términos de cantidad y calidad.

PALABRAS CLAVE

Marca, consumidor, empresa, comportamiento, preferencias, Subway.

ABSTRACT

This article backs up the importance of branding from a customer's preferences, purchasing decision factors and from characteristics of a company in relation to fast food point of view, reminding us the real meaning why marketing was created, which is to guarantee a close relationship between companies and potential clients, although to emphasize on Subway as the most successful fast food business worldwide in terms of quality and quantity.

KEYWORDS

Brand, customer, company, behavior, preferences, Subway.

INTRODUCCIÓN

Según Diccionario Actual la palabra branding tiene su origen en el antiguo escandinavo antiguo, en el vocablo *brandr* cuyo significado es quemar. En inglés está relacionado con *burning stick*, el hierro candente con que se marcan a los animales y se marcaban a los esclavos para demostrar la propiedad de ellos. Brand significa marca, a esto se le agrega el sufijo *-ing* cuyo concepto sugiere una acción continuada.

Clase: término inglés aplicado en mercadotecnia.

Es una disciplina que se encarga del proceso de hacer y construir una marca a través de la administración de estrategias vinculadas al nombre, al símbolo o logotipo que identifican a la marca

¹ Estudiantes del programa de Mercadeo de la Universidad Libre, Sede Cartagena. Correos electrónicos: camila_cabeza@unilibrectg.edu.co, gabriela_coronel@unilibrectg.edu.co

influyendo en su valor tanto para los clientes como para la empresa. Por tanto se encarga de estudiar el negocio, valores y filosofía referidos a la marca implementando recursos creativos y estratégicos para conseguir su posicionamiento.

Este proceso tiene en cuenta la importancia de lograr comunicar a los clientes valores y experiencias y transmitirles una forma de vivir. A su vez, se busca producirles emociones y deseos. Se parte de la premisa de que a través de una marca se puede comunicar seguridad, familiaridad, singularidad y diferencia.

El posicionamiento es una estrategia que ha ido adquiriendo cada vez más relevancia para las empresas. Esta situación se ha visto reflejada en la mayor utilización del posicionamiento como una herramienta fundamental para competir en un ambiente ampliamente globalizado. (Torres Moraga, E., & Muñoz Navarro, C., 2006).

De la misma manera, Alcaniz, E. B., & Pérez, R. C. (2008) afirman que:

Hoy en día, las marcas, entidades simbólicas por naturaleza, se han convertido en un instrumento privilegiado de satisfacción de necesidades de definición personal. En este contexto, el intento de las marcas por posicionarse en la mente de los públicos no se basa exclusivamente en atributos funcionales, sino que es fundamentalmente un intento de diferenciar simbólicamente a la marca respecto a la competencia, un esfuerzo porque la marca “signifique” una cosa diferente para los consumidores.

De acuerdo a lo anterior las marcas sirven para proporcionar un factor de individualidad y distinción al consumidor, pues este al momento de adquirir un producto o servicio está relacionando características de este mismo con las suyas propias. Es decir, cada pieza de ropa que utilicemos, objetos que compremos para adornar nuestra casa o lugar de trabajo, absolutamente todo lo que se compre, refleja una parte fundamental de quienes somos y quienes queremos ser.

¿QUÉ PREFIEREN LOS CONSUMIDORES?

Entre las escasas definiciones sobre el término «preferencia» localizadas (Zajonc y Markus, 1982; Holbrook y Hirschman, 1982; Holbrook y Corfman, 1984), destaca la de los profesores Zajonc y Markus, para los cuales «las preferencias son primeramente un fenómeno comportamental basado en lo afectivo. Una preferencia de x sobre y es una tendencia del organismo a aproximarse a x más a menudo y de manera más intensa que a y. Para los individuos esta aproximación se puede traducir en diferentes actuaciones como hacer comentarios favorables, comprar un producto, cambiar de religión, dar limosna, donar sangre o dar la vida.» de Maya, S. R., & Alemán, J. L. M. (1993).

Por lo que comentarios favorables sirven para la marca porque a raíz de estos puede recolectar información y así planear nuevas estrategias de marketing que le permitan mantener su posición en el mercado, y fortalecer su imagen frente a la competencia. Además de que dichos comentarios garantizan un aumento en la cantidad de consumidores potenciales, debido a que estos son indicadores de fidelidad por parte de compradores satisfechos. Pero sobretodo, el prestigio, la seguridad y el buen nombre, son los rasgos más importantes que obtiene una marca gracias a la crítica positiva, pues esto es lo que percibe el consumidor, y es lo que hace que este la prefiera en su próxima compra.

Las preferencias del consumidor es algo que se ha tenido en cuenta a lo largo de los años, pues aquella frase de “*El cliente siempre tiene la razón*”, no está muy lejos de la realidad. Las empresas a nivel global se esfuerzan cada día para mejorar la calidad de sus productos y servicios, para así conectar de manera permanente con sus clientes, mantenerlos fieles a ellos y evitar que se fijen en la competencia.

El consumidor se ha vuelto vital para el desarrollo de nuevos productos, por lo que mercadólogos, economistas, publicistas y psicólogos se han enfocado en estudiar y analizar cada uno de sus movimientos previos a una compra.

(Corona, 2012) señala que realizar este tipo de enfoques, se fundamenta en el aumento de las investigaciones acerca de los consumidores y la importancia de contar con información detallada sobre: qué, dónde, cuánto, cuándo y por qué compran y/o consumen.

Con respecto a la marca en sí, Aaker, D. A. (2010) sostiene que:

Una marca no es necesariamente relevante o irrelevante. En algunos casos, habrá espectros de relevancia. La confusión o la incertidumbre pueden ocurrir debido a que las nuevas categorías o subcategorías no son la mejor opción para el consumidor. Aun así, existe la probabilidad de que sea seleccionada.

La confusión también puede darse porque no hay certeza sobre la visibilidad y credibilidad de la marca. Algunas marcas serán consideradas por los consumidores como opciones confiables gracias a la posición de sus categorías y subcategorías. Otras simplemente se mantendrán irrelevantes. No obstante, habrá otras que puedan llegar a ser relevantes de vez en cuando. En cualquier situación un lazo borroso puede existir para separar las marcas relevantes de las irrelevantes.

La incertidumbre sobre qué marcas son relevantes dependerá de la claridad de la definición de la categoría o subcategoría de esta misma. Si la definición tiene un poco de incertidumbre, ambigüedad, o confusión, la composición del conjunto de marcas relevantes puede cambiar dependiendo de las circunstancias, la aplicación, la disponibilidad y el precio de la marca, entre otros. Porque nada es simple.

Como asegura Ricardo Vanella, “la marca reside en la mente humana en forma de imagen. En consecuencia, lo que cuenta es la imagen que esa marca despierta en la mente del ser humano”. La imagen, elemento etéreo de contenido más bien emocional, actúa como un pre-concepto que orienta al ser humano en la toma de decisiones.

Sabemos qué es lo que hace un consumidor con el producto que ha comprado, porque consumir es un acto verificable desde muchos ángulos, pero no sabemos qué hacen los individuos con la información que reciben, porque no hay relación de causa-efecto clara, inmediata ni observable entre las informaciones recibidas y su conducta. La sorpresa radica en la poca experiencia que existe en este nuevo campo de gestión integral de valores intangibles, como la identidad, la cultura y la imagen.

De acuerdo a Alonso, R. J. & Grande, E. I. (2015), una vez seleccionados los establecimientos preferidos y decididas las marcas a comprar por parte del consumidor, éste se enfrenta al propio acto de la compra. Los procesos de compra, a partir de este momento, responden a un buen número de factores que pueden alterar la elección entre el conjunto de marcas previamente realizada, que pueden provocar compras de marcas no consideradas y que pueden generar modos, patrones o formas de compra características.

Ejemplos de lo anterior son: el merchandising (atmósfera del establecimiento, diseño y organización, presencia de exhibidores y disposición de productos en estantes), la publicidad y promoción, las compras impulsivas, y por último la compra fuera de la tienda (venta directa).

La decisión de compra también se ve afectada por factores exteriores, tales como:

- **Culturales:** Costumbres, gustos y necesidades que adquiere un individuo durante la etapa de crecimiento y el contacto con inmigrantes.
- **Sociales:** familia, status, amigos; quienes pueden dar referencias positivas o negativas.
- **Personales:** edad, ocupación, estilo de vida y personalidad.
- **Psicológicos:** motivación, principios, entre otros.

Por lo tanto, podemos deducir que los factores de compra son importantes porque de esa manera las estrategias de marketing se enfocan es cada uno de ellos, para lograr resultados más efectivos y atractivos.

De la misma manera, (Lara, O. Á., 2011) aduce que el color indiscutiblemente es un elemento esencial que sirve para comunicar atributos de un producto o una marca puesto que en la decisión de compra, el producto forma una pequeña parte del conjunto total de atributos que el consumidor adquiere, donde otros factores como las características de la etiqueta o el empaque fungen también como influenciadores en los consumidores. Mediante él se puede comunicar información acerca de la calidad o precio de un producto; por ejemplo, en el Reino Unido el color blanco es percibido como algo malo o de baja calidad (Kerfoot, 2003) o en Estados Unidos los colores oscuros son asociados con la riqueza y valor, motivo por el cual muchos artículos de lujo los podemos encontrar sus empaques en tonalidades negras y grises oscuras; tal parece que las casas de moda de mayor prestigio han encontrado una alta relación en la asociación de estos colores con sus productos, puesto que en su gran mayoría, marcas como Dolce & Gabbana, Versace y Prada utilizan en sus empaques, estas tonalidades para destacar sus marcas como artículos de una alta gamma tecnológica o categoría de lujo.

La relevancia de la estrategia de los colores radica en que estos envían un mensaje específico, ya sea por medio del diseño del logo, el empaque, la tipografía o cualquier pieza de comunicación. Por ejemplo, colores como el rojo, el amarillo, el azul y el verde, son colores que se utilizan con frecuencia en restaurantes o productos alimenticios de supermercado, ya que estos estimulan el apetito e incrementan la pasión, incrementa la alegría y el afecto, e incentiva la comunicación, representa calma y serenidad, disminuye el apetito, y crea sensación de confianza, usado para relajar en las tiendas, respectivamente.

La última fase del proceso de decisión de compra es la evaluación que realiza el consumidor de los resultados y utilidades del producto comprado o consumido, generando una serie de percepciones, sentimientos y actitudes que son determinantes en subsiguientes procesos de compra. La satisfacción y la insatisfacción (S/I) son las dos respuestas o estados básicos

que experimenta el consumidor tras realizar la compra y consumo (Alonso, 2015) y son en gran medida determinantes de subsiguientes compras. Cuando hay satisfacción, el consumidor tiende a reforzar sus creencias, los criterios que ha utilizado para elegir el producto, sus actitudes y es más probable que desarrolle un comportamiento de fidelidad a la marca o al establecimiento. Sin embargo, cuando hay insatisfacción, puede revisar sus criterios de decisión, abandonar la marca comprada, desarrollar una comunicación lesiva para la empresa y su imagen de marca y se puede plantear un comportamiento de queja y reclamación (CQR) con el que busque resarcirse de las pérdidas sufridas o recuperar utilidades perdidas. Sánchez, F. J. S., & Meroño, M. C. P. (2001).

En un artículo investigativo sobre el comportamiento de las superficies de retail en Colombia, Silva Guerra, H. (2011), plantea lo siguiente:

El continuo cambio de las conductas de consumo sobrepasa las barreras del tiempo, y en contraposición con los avances y perfeccionamiento de la tecnología, éstas han impulsado la evolución de los hábitos y el comportamiento de los seres humanos, sobre lo cual la economía y sus distintos órdenes en el mercado de consumo masivo han cimentado estrategias de acceso a la información, fidelización de clientes, apertura de nuevos negocios, canales de distribución, toda una red entretejida por factores substanciales, dispuestos minuciosa y tácticamente para hacer llegar con precisión, en el lugar y tiempo exactos, al consumidor final productos de óptima calidad que satisfagan por completo los requerimientos del mismo.

Durante muchos años, los países latinoamericanos han copiado tácticas y estrategias de marketing de los países más ricos, porque creían que de esa manera obtendrían los casi siempre buenos resultados que se daban en esos mercados. Tiempo después, los gerentes se dieron cuenta que el éxito de cada técnica está direc-

tamente relacionado con las características de los mercados donde se aplican. Los fracasos y crisis latinoamericanos de los años ochenta y los grandes problemas que sufren sus empresas con la apertura de los mercados en el siglo XXI les mostraron la dura pero evidente realidad: los consumidores y los mercados de los países desarrollados son diferentes a los de América Latina. (Arellano, C. R., 2002).

En la historia económica colombiana importantes empresarios tuvieron gran influencia en la creación de establecimientos comerciales como hipermercados, supermercados y mercados populares.

El primer gran creador del formato de supermercado en el país fue don José Carulla Vidal, quien brindó a sus clientes calidad en los productos que vendía en “El Escudo Catalán”, nombre con el que bautizó originariamente su negocio. Posteriormente, en 1969, don Alberto Azout funda la cadena Vivero en Barranquilla en un pequeño local donde comercializaba saldos textiles de fábrica.

A través del tiempo son cada vez más las empresas de la industria alimenticia que radican en nuestro país, fuertemente atraídas por la versatilidad del comercio de este mismo. Marcas de restaurantes multinacionales como McDonald’s y Burger King, son las más reconocidas y preferidas entre los locales en cuanto a hamburguesas. Rodríguez Victoria, E. O., López García, D. M., & Morales Poveda, D. (2015). Deducen que:

A partir del ingreso al mercado colombiano de compañías internacionales del sector de alimentos se genera un aumento de la competitividad y surgen nuevos retos para las compañías nacionales.

El mercado de comidas fuera del hogar tiene una conformación diversa: la mayor parte son pequeños restaurantes informales y atomizados (los ‘corrientazos’), que representan alrededor de 80% del mercado total. Pero las grandes cadenas están dando una dura pelea por dominar todos los segmentos. Entre los más dinámicos

están los de comida casual y comida rápida, que representan en Colombia algo más de 15% del mercado total. En este grupo hay cadenas como El Corral, Crepes & Waffles, Archie’s, Oma, Mc Donald’s, Burger King, Frisby, Kokoriko, Subway, KFC, Jenó’s Pizza, PPC, Sándwich Cubano, Taco Bell, Búfalo Wings, Cali Mío y la Brasa Roja, entre otras. (Dinero, 2015).

EL POSICIONAMIENTO DE MARCA EN EL CASO DE SUBWAY®

Las características más importantes que debe tener una empresa de comida rápida son:

- Precios bajos.
- Fácil acceso a los establecimientos y a sus productos.
- Agilidad en el servicio.
- Procesos estandarizados para ofrecer sus productos.
- Alimentos prácticos para consumir.

Dichas características le otorgan un punto a favor, puesto que la mayoría de los consumidores buscan adquirir un producto, lo más rápido posible, para satisfacer sus necesidades; además de que al manejar precios bajos le facilita al consumidor el proceso de compra.

Rodríguez, López y Morales también opinan que el mercado de comidas rápidas en Colombia actualmente se encuentra en su mejor momento, aunque específicamente el sector de sándwiches solo cuenta con dos representantes debido a que son las únicas grandes marcas en las cuales es su producto potencial; Sándwich Qbano a nivel nacional y Subway a nivel internacional.

De manera de antecedentes puede decirse que Subway, una empresa americana que nace en el verano del año 1965 gracias a la iniciativa de Fred DeLuca, un joven de 17 años. Tras establecer contacto con un amigo de la familia, el doctor Peter Buck, surgió la idea de abrir una tienda de bocadillos.

El cual, en el 2010, llegó a más de 38,000 locales distribuidos en 98 países alrededor del mundo, rebasando así a McDonald’s (con poco más de

32,000 sucursales) y se coronó como el líder internacional en el ranking mundial por número de establecimientos de restaurantes de comida rápida de la revista *Entrepreneur*; y *Sándwich Qbano* una empresa colombiana que nace en 1978, cuando un cubano radicado en Cali abrió un pequeño negocio en el garaje de su casa en la avenida sexta.

El negocio contaba con 4 mesas en el exterior, una barra en el interior, espacio para preparar los sándwiches y un refrigerador. Seis meses después el cubano le vendió por 30.000 pesos y una moto casi nueva su negocio, a seis jóvenes caleños.

Varios estudios demuestran que gran parte de los consumidores de este tipo de productos son los jóvenes, por lo que las empresas se esfuerzan en llegar a ellos a través de diferentes estrategias de publicidad, principalmente por medio de las redes sociales.

Sin embargo, en el caso de Subway podemos inferir que su éxito frente a *Sándwich Qbano*, se debe primeramente a su estilo de organización. Por lo general los establecimientos de comida rápida se caracterizan por el ambiente informal y de fácil acceso, además, los productos que ofrecen son preparados y servidos para consumir rápidamente sin necesidad de utilizar cubiertos; tampoco cuentan con un servicio de camareros, por lo tanto, los clientes deben hacer uso del auto-servicio, como si de un *buffet* se tratase, para después recibir casi de manera instantánea su pedido.

Asimismo, casi ninguno cuenta con una carta (menú) impresa, ya que la información de los productos suele estar exhibida clara y detalladamente en un lugar visible para los clientes.

En una entrevista para la entrevista *Apertura*, se obtiene que:

Para Fred DeLuca, la unidad básica del éxito tiene dimensiones claras: 30 centímetros de largo y hasta 10 de alto. En el medio, una infinidad de ingredientes, que cada cliente

puede combinar a su propio gusto y que es confeccionado a la vista: jamón, lechuga, tomate, pepinos, morrones; champiñones, queso y atún; apio, huevo, aceitunas y panceta. Todo, enmarcado en dos gruesas rodajas de pan. Con un total de 2 millones de combinaciones posibles, más de 39.000 restaurantes franquiciados, en más de 100 países, siguen, al pie de la letra, la receta del creador de Subway.

“Yo pensaba que la franquicia era algo para los grandes players. sin embargo, en ese momento, reconsideré y me di cuenta de que podía ser la respuesta a nuestras necesidades”, dice DeLuca. La intuición no le falló: en 1974, uno de sus mejores amigos, Brian Dixon, aceptó la oferta de abrir la primera franquicia directa. La experiencia resultó tan positiva que, en ese mismo año, otros 14 franquiciados hicieron lo propio. El emprendedor reconoce que, de otra manera, su negocio nunca podría haber crecido a una velocidad que, hoy, la convierte en la cadena más grande del mercado de fast food en el mundo si se mide en cantidad de locales.

Así mismo, definimos una franquicia como un tipo de contrato utilizado en el comercio mediante el cual una parte llamada franquiciador cede a otra llamada franquiciado la licencia de una marca para su explotación comercial, así como los métodos, procedimientos y tecnología a cambio de pagos periódicos.

La franquicia consiste en aprovechar la experiencia de una empresa ya posicionada que ha conseguido una ventaja competitiva destacable y un gran reconocimiento en el mercado. Dicha ventaja puede consistir en una marca de prestigio, productos o métodos patentados o, simplemente, un profundo conocimiento del negocio que le hace conocedor de la fórmula de obtener beneficios. Mediante el contrato de franquicia, el franquiciador se compromete a transmitir parte de esos valores al franquiciado y éste consigue una sensible reducción de los requisitos de inversión, así como el riesgo, puesto que trabaja sobre algo que ya es conocido y que ha tenido experiencia.

Con cerca de 380 franquicias la cadena Subway se consolida en el país con un crecimiento en puntos de venta del 97 por ciento durante el 2015. Según menciona la firma, desde el 2011 han buscado convertirse en un referente de crecimiento en el país; en ese año la empresa abrió 42 franquicias y el año siguiente superó la meta con la apertura de 97 puntos; para el 2013, la compañía reportó un crecimiento del 130 por ciento y desde entonces se ha propuesto una meta de 100 aperturas por año. “Para la empresa, Colombia es un mercado con un altísimo potencial, lo que se ha demostrado en la generación de más de 2.100 empleos a nivel nacional”, mencionó Alfredo Higuera, agente de Desarrollo de Subway. (Portafolio, 2016)

No obstante, lo que ofrece Subway también se puede definir como experiencia, porque no todos los días se tiene la oportunidad de ir a un restaurante y ser libre de escoger entre una variedad considerable de ingredientes, ese poder que se obtiene en cuestión de minutos satisface a más de un cliente. En especial a los jóvenes.

El mundo es cada vez más obeso, así lo vienen marcando los diferentes estudios que se hacen en materia de alimentación, un hecho del que no se escapa ningún país. En el caso colombiano es llamativo ver cómo más del 50% de la población sufre de obesidad, una situación que ha satanizado algunas categorías como los fast food, sin embargo, un nuevo concepto para enfrentar esta tendencia comienza a tomar fuerza. (La Barra, 2014)

Chris Martone, el Chef Ejecutivo para la marca SUBWAY® para la revista electrónica ‘La Barra’, responde que: “definitivamente el mundo ha evolucionado hacia un pensamiento más sano y activo, de igual forma los seres humanos están adaptando estilos de vida, hábitos alimenticios y por ende los restaurantes deberán ir a la vanguardia.

Desde Subway, sostiene además Martone, que no hablamos de un cambio, pero sí de una propuesta que ha sido un éxito en el mercado y es: ser líder en el gremio de la comida rápida

y saludable a través de un combo que se puede comer al gusto en cuanto a mezcla y medida estando seguros de que cada mezcla que se escoja será una acertada opción para una dieta balanceada”.

Por lo que podríamos decir que Subway ha tomado las riendas en el mercado de las comidas rápidas, cambiando el concepto de estas mismas, levantando una revolución. Dándonos a entender que no hay que descuidar nuestra salud solo para saciar una necesidad, que tenemos derecho a elegir entre beneficiar solo a las empresas o beneficiarnos a nosotros mismos al mismo tiempo.

Un enfoque más preciso se obtendría tomando como referencia la pirámide de Maslow, en esta se encuentran cinco tipos de necesidades: las fisiológicas (respiración, descanso, entre otras), de seguridad (empleo, familia, etc.), de afiliación (amor, pertenencia, aceptación), de reconocimiento (autoestima, logro particular), y de autorrealización (espíritu, moralidad, etc.). La necesidad de reconocimiento sugiere que:

Tras cubrir las necesidades de los tres primeros niveles de la pirámide, aparecen las necesidades de reconocimiento como la autoestima, el reconocimiento hacia la propia persona, el logro particular y el respeto hacia los demás; al satisfacer dichas necesidades, la persona se siente segura de sí misma y piensa que es valiosa dentro de la sociedad; cuando estas necesidades no son satisfechas, las personas se sienten inferiores y sin valor.

Según Maslow existen dos necesidades de reconocimiento: una inferior, que incluye el respeto de los demás, la necesidad de estatus, fama, gloria, reconocimiento, atención, reputación, y dignidad; y otra superior, que determina la necesidad de respeto de sí mismo, incluyendo sentimientos como autoconfianza, competencia, logro, independencia y libertad.

En la revista ‘LaRed21’ de Uruguay se plantean lo siguiente:

¿Por qué Subway es una red de emprendedores?

Se destaca como la red de emprendedores más grande del mundo, no existiendo locales corporativos, sino que son todos franquiciados. Cada franquiciado debe contar con un perfil y filosofía netamente emprendedora, que dediquen tiempo y compromiso al desarrollo del negocio.

Subway proporciona a sus emprendedores las herramientas y el conocimiento necesario para dirigir la franquicia en forma independiente, y brinda formación a los propietarios para que utilicen métodos de control que les ayudarán a dirigir los restaurantes en forma eficaz. También cuenta con un programa de *Leasing* de Equipamiento, para financiar parte de la inversión inicial del negocio.

Ofrece a sus clientes un excelente producto, servicio personalizado, locales con ambiente cálido y agradable, una excelente relación de valor y un estricto control sobre la seguridad en la comida.

Volviendo a las preferencias del consumidor podemos ver que Subway es el tipo de marca que tiene muchos momentos de verdad con sus clientes, y se asegura de darles un sentido de familiaridad y exclusividad al momento de permitirles elegir en base a sus gustos.

Dada la información anterior se puede constatar que la clave para que una marca que posicione en el mercado, es nada más y nada menos que el mismo consumidor. No solo porque este es quien le va a generar ingresos sino también porque es el único con la capacidad de perjudicarlo de manera significativa y permanente.

CONCLUSIONES

- La preferencia del consumidor se ha tenido en cuenta a lo largo de los años, las empresas a se esfuerzan para mejorar la calidad de sus productos y servicios, para así conectar de manera permanente con sus clientes, mantenerlos fieles a ellos y evitar que se

fijen en la competencia. El consumidor se ha vuelto vital para el desarrollo de nuevos productos.

- Los comentarios favorables para la marca permiten recolectar información y así planear nuevas estrategias de marketing que le logren mantener su posición en el mercado, y fortalecer su imagen frente a la competencia.
- El prestigio, la seguridad y el buen nombre, son los rasgos más importantes que obtiene una marca gracias a la crítica positiva, esto es lo que percibe el consumidor, y es lo que hace que este la prefiera en su próxima compra.
- Colombia actualmente se encuentra con dos representantes en el sector de sándwiches debido a que son las únicas grandes marcas en las cuales es su producto potencial; Sándwich Qbano a nivel nacional y Subway a nivel internacional.
- Gran parte de los consumidores de comida rápida, específicamente sándwiches, son los jóvenes, por lo que las empresas se esfuerzan en llegar a ellos a través de diferentes estrategias de publicidad, principalmente por medio de las redes sociales.
- El éxito de Subway frente a Sándwich Qbano, se debe primeramente a su estilo de organización. También se puede destacar su factor diferenciador, porque no todos los días se tiene la oportunidad de ir a un restaurante y ser libre de escoger entre una variedad considerable de ingredientes, ese poder que se obtiene en cuestión de minutos satisface a más de un cliente.
- Subway ha tomado las riendas en el mercado de las comidas rápidas, cambiando el concepto de estas mismas.
- Podemos ver que Subway se asegura de darles un sentido de familiaridad y exclusividad al momento de permitirles elegir en base a sus gustos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Aaker, D. A. (2010). *Brand relevance: Making competitors irrelevant*. John Wiley & Sons. USA.
2. Alcañiz, E. B., & Pérez, R. C. (2008). ¿Influye la imagen de responsabilidad social en la intención de compra? El papel de la identificación del consumidor con la empresa. *Universia Business Review*, 4(19).
3. Alonso, R. J. & Grande, E. I. (2015). Procesos de compra y actuaciones post-compra. En R. J. Alonso, & E. I., Grande (7) Comportamiento del consumidor. *Decisiones y estrategia de marketing*. Bogotá, Colombia: Alfaomega.
4. Andrade, A. F. (2014). La Barra. Recuperado de <http://revistalabarra.com/ediciones/ediciones-2014/edicion-66/informe-5/consumidores-mas-astutos-y-educados.htm>
5. Arellano, C. R. (2002). Comportamiento del consumidor. *Enfoque América Latina*. México, D.F: McGraw-Hill.
6. Corona, G. (2012). Investigación del consumidor. En G. Corona, *Comportamiento del consumidor* (pág. 11). Estado de México: Red Tercer Milenio.
7. De Maya, S. R., & Alemán, J. L. M. (1993). Las preferencias del consumidor: estudio de su composición a través del análisis conjunto. *Estudios sobre consumo*, 28, 27-43.
8. Diccionario Actual. Recuperado de <https://diccionarioactual.com/branding/>
9. García-Allen, J. (2016). Psicología y mente. Recuperado de <https://psicologiymente.net/psicologia/piramide-de-maslow>
10. Gerencie. Recuperado de www.gerencie.com/la-franquicia.html
11. Lara, O. Á. (2011). Influencia del color en las preferencias de los consumidores. *Revista Observatorio Calasanz*, 2(4), 228-246.
12. La Red 21. Recuperado de www.lr21.com.uy/empresariales/1291082-subway-uruguay-restaurantes-cadena-franquicia-sandwiches-emprendedores
13. Portafolio. (2016) recuperado de www.portafolio.co/negocios/empresas/subway-crecimiento-colombia-puntos-venta-491642
14. Revista Apertura. Recuperado de www.apertura.com/negocios/Fred-DeLuca-fundador-de-Subway-Yo-pensaba-que-la-franquicia-era-para-los-grandes-players-20130611-0001.html
15. Revista Dinero. Recuperado de www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/articulo/negocio-comidas-colombia/207247
16. Rodríguez Victoria, E. O., López García, D. M., & Morales Poveda, D. (2015). Ingreso al mercado colombiano de compañías internacionales del sector alimentos Subway vrs Sandwich Qbano [recurso electrónico].
17. Sánchez, F. J. S., & Meroño, M. C. P. (2001). El comportamiento de queja y reclamación y la insatisfacción del consumidor. *Estudios sobre Consumo*, 59, 10-29.
18. Silva Guerra, H. (2011). Behavior's retail in Colombia. *Pensamiento & Gestión*, (30), 3-20.
19. Torres Moraga, E., & Muñoz Navarro, C. (2006). Estrategias de posicionamiento basadas en la cultura del consumidor: un análisis de la publicidad en televisión. *Estudios Gerenciales*, 22(100), 71-81.
20. Vexina, S. (2013). *Apuntes sobre la importancia de una «marca argentina»* (Doctoral dissertation, Universidad de Belgano. Escuela de Economía y Negocios Internacionales).

TRAS LOS RASTROS DE LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN LAS ORGANIZACIONES MÁS VALIOSAS DEL MUNDO

Helena Sofía Díaz Moreno, María Alejandra Hurtado Malo, Juliana Andrea Giraldo Castaño, Juan Camilo Burgos Anaya, Rosicela Cassiani Angulo¹

RESUMEN

El presente artículo tiene como finalidad hacer una reflexión sobre el talento humano y como se maneja en las organizaciones más valiosas del mundo, mostrando los elementos que lo componen, sus características y su aplicación en grandes empresas reconocidas a nivel mundial como Microsoft, Coca-Cola, Apple, Facebook y Google. Estas empresas han sido escogidas además de su buen manejo de recursos humanos, por su buen trato hacia los empleados haciendo que muchas personas deseen trabajar en ellas. También mostraremos como el autor Chiavenato define el talento humano. No obstante, se intenta ir más allá de la descripción económica o técnica del concepto para formular un debate ético, sobre las relaciones.

PALABRAS CLAVE

Talento Humano, empresas, ranking, personal, economía.

ABSTRACT

This article is intended to make a reflection on the human talent and how it is handled in the world's most valuable organizations, showing the elements that compose it, its characteristics and its application in large companies worldwide recognized as Microsoft, Coca Cola, Apple, Facebook, and Google. These companies have been chosen in addition to its good human resource management, by his good treatment toward employees doing that many people wish to work in them. Also, we will show how the author Chiavenato defines the human talent. However, we try to go beyond the economic or technical description of the concept to formulate an ethical debate of relations.

KEYWORDS

Human Talent, companies, ranking, staff, economy.

INTRODUCCIÓN

En este artículo mostraremos que importante es el talento humano en la parte administrativa y como es en las diferentes empresas más valiosas del mundo según diferentes rankings. Echaremos un breve vistazo en la antigüedad y miraremos como era la relación entre el empleado y el empleador para así ver el manejo del talento humano en tiempos pasados. Chiavenato, I., (2008, pág. 5) nos dice que “Hasta hace poco tiempo la relación entre las personas y las organizaciones se consideraba antagónica y conflictiva. Se decía que los objetivos de las organizaciones —como el lucro, la productividad, la eficacia, la maximización de la aplicación de recursos materiales y financieros, la reducción de costos— eran incompatibles con los objetivos individuales de las personas, como mejores salarios y prestaciones, comodidad en el

¹ Estudiantes de I año del programa de Administración de Empresas de la Universidad Libre.

trabajo, tiempo libre, seguridad en el trabajo y empleo, desarrollo y progreso personal.

La solución era una de tipo ganar-perder; es decir, si una parte le quita todo a la otra, ésta se queda sin nada. En una situación de recursos limitados y escasos, si una parte ganaba más, lo hacía a costa de la otra. Sin duda, era una solución limitada, estrecha y miope. Se comprobó que, si la organización pretende alcanzar sus objetivos por el mejor camino, entonces debe saber canalizar los esfuerzos de las personas para que también ellas alcancen sus objetivos individuales y para que ambas ganen.

En tiempos modernos, en el juego de las partes involucradas, se prefiere la solución de tipo ganar-ganar. Se trata de una solución que requiere de la negociación, la participación y la sinergia de esfuerzos.”

Con esta cita nos damos cuenta que había una rivalidad entre los empleados y el empleador, puesto que se consideraba que los objetivos de cada persona no eran compatibles con los de la organización y eso da origen a un juego de ganar- perder, un juego no equitativo, donde siempre el ganador lo hacía acosta del perdedor.

Pero al verlo desde otro punto para que una organización tenga éxitos, sea eficaz y alcance sus objetivos propuesto debe haber un equilibrio de los trabajadores de la empresa, cada trabajador trabaja por su necesidad y lo que las empresas hicieron fue darle una mejor posición a esos objetivos y a las capacidades que poseían las personas, ya que explorando y dándole importancia a cada capacidad era mucho más fácil encontrar la eficiencia que se quería lograr.

Para empezar, no podemos hablar de talento humano sin primero saber qué es y de donde viene, necesitamos tener claro este concepto para así poder ver con claridad como es el manejo del talento humano dentro de algunas de las organizaciones más importantes del mundo, para el abordar este texto, se hizo una revisión de la literatura relacionada con el tema y al mismo tiempo un resumen del aporte que ha hecho el

Talento Humano en esas grandes y prestigiosas organizaciones reconocidas a nivel mundial .

Chiavenato. I., (2008, Pág. 9) (A) Chiavenato nos regala una definición clara y precisa en la cual propone que, “La administración de recursos humanos (ARH) es el conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir los aspectos administrativos en cuanto a las “personas” o los recursos humanos, como el reclutamiento, la selección, la formación, las remuneraciones y la evaluación del desempeño.”

Chiavenato. I., (2008, Pág. 9) (B) dice que “La ARH es la función de la organización que se refiere a proveer capacitación, desarrollo y motivación a los empleados, al mismo tiempo que busca la conservación de éstos.”

Una organización no es solo debe buscar la producción de un bien o servicio para enriquecerse sino también debe proveer a sus empleados un trabajo digno y satisfactorio para ellos, con el fin de evitar la constante variación del personal.

Chiavenato. I., (2008, Pág. 9) (C) señala que “La administración de recursos humanos es el conjunto integral de actividades de especialistas y administradores —como integrar, organizar, recompensar, desarrollar, retener y evaluar a las personas— que tiene por objeto proporcionar habilidades y competitividad a la organización”.

Es necesario trabajar en equipo, es poco probable que una sola persona logre alcanzar una meta a gran escala, pero un conjunto de personas, cada una con sus conocimientos y aportes, pueden conseguir cumplir esa meta e incluso lograr una infinidad más de actividades.

Con todo lo anterior podemos ver como Chiavenato les enseña a sus empleados la forma en la que deben hacer sus labores y la forma en la que gracias a su desempeño pueden ocupar un cargo, lo que representaría el beneficio y las ganancias por todos los sacrificios anteriormente hechos.

Chiavenato. I., (2008, pág. 5) (D) señala que “Las organizaciones se caracterizan por su

increible heterogeneidad, pueden ser industrias, comercios, bancos, financieras, hospitales, universidades, tiendas, prestadores de servicios, etc. Pueden ser grandes, medianas y pequeñas, en cuanto a su tamaño, así como pueden ser públicas o privadas respecto a su propiedad. Casi todo lo que necesita una sociedad es producido por organizaciones. Vivimos en una sociedad de organizaciones, nacemos, aprendemos, nos servimos, trabajamos y pasamos la mayor parte de nuestras vidas dentro de ellas.”

Se sabe que las organizaciones son parte de la cotidianidad, ya que vivimos rodeadas de ellas y son necesarias para la vida que estamos acostumbrados vivir y como pasamos la mayor parte de nuestra vida dentro de ellas y a su alrededor es necesario que estas tengan un desarrollo del talento humano dentro de sí mismas.

GOOGLE

Google, en 2014 cumplió 16 años de su creación, se ha convertido en una de las empresas más influyentes del mundo, a tal punto que la mayor parte de la población usa esta plataforma todos los días, por varias horas por no decir todo el día, actualmente ya no decimos “lo busco en internet”, decimos “lo busco en google”. Usamos google en nuestros computadores, celulares, tablets, es decir, en todos nuestros dispositivos electrónicos.

Siendo Google una empresa tan grande e importante a nivel internacional, ¿Cómo maneja esta los recursos humanos?, porque sabemos que es una empresa en la que todos deseamos trabajar, no solo por su éxito sino por la forma y el ambiente en el que se trabaja.

Dill, K (2015) (A), en una entrevista para esta revista el jefe de recursos humano de google Laszlo Bock dijo: “Pasas más tiempo trabajando que con tu familia, tus hijos o tus amigos: más tiempo que durmiendo, es una parte muy importante de la vida y para la mayoría de la gente es una experiencia bastante miserable. Yo no creo que tenga que ser absorbente y horrible; creo que puede ser ennoblecedor y empoderador y tener esta conexión con un impacto más amplio”.

Y es cierto, millones de personas trabajan solo para obtener dinero en lugares donde no se sienten bien o realizando trabajos que les disgustan, pero no hay nada mejor que disfrutar y amar su trabajo, es lo que todos queremos, levantarnos cada día y sentirnos felices de ir a trabajar, ya que realizamos mejor nuestro trabajo si nos gusta, lo hacemos con más dedicación y esfuerzo ya que disfrutamos hacerlo.

Dill, K (2015) (B), En esta revista se afirma que “Hay un aumento en el rendimiento. Las personas con más talento en el planeta tienen más opciones que antes, la fuerza de trabajo mundial es de 4,100 millones de personas, se está volviendo cada vez más fácil entender quiénes son los mejores, y se han vuelto más móviles. Hay una intensa competencia mundial por los mejores. La mayoría de las mentes creativas son capaces de crear las cosas más grandes y más importantes. Eso va a seguir acelerándose, y es por eso que se vuelve aún más importante la creación de una especie de lugar de trabajo donde las personas quieran estar”.

Ya sabemos que en Google y empresas como estas trabajan las personas con más talento del mundo, pero la verdadera pregunta que todos tenemos es ¿Cómo eligen a sus empleados?, pues para la sorpresa de todos de una forma bastante poco convencional.

Ayuso, M (2013). La contundente conclusión a la que ha llegado Laszlo Bock es que “Una de las cosas que hemos aprendido tras analizar todos los datos de nuestro proceso de selección es que el expediente académico y la puntuación de los candidatos en los test son inútiles como criterio de contratación”.

Según lo anterior para google no es importante un historial académico demasiado brillante, ni una muy buena puntuación en ciertas pruebas Diario El Confidencial (2013)(B), En este diario podemos ver que, “Después de dos o tres años”, asegura Bock, “tu habilidad para desempeñar tareas en Google no tiene ninguna relación con lo bueno que eras en la escuela, porque las habilidades que se piden en la universidad son muy diferentes”. Por lo tanto, dentro de Google

encontraremos múltiples empleados sin un título universitario.

Para google una de las cosas más importantes son sus empleados, ya que ellos entienden que son la base de su organización, por lo tanto, siempre buscan el bienestar para ellos, que sean felices y amen su trabajo, esto lo podemos ver en sus instalaciones, las cuales son increíblemente dinámicas y divertidas es un lugar donde trabajar es divertido y eso es lo que ellos buscan,

Dill, K (2015) (C), Bock afirma en la revista que “Con el tiempo puedes ganar mucho dinero tratando mal a la gente y dirigiendo un buen negocio, “buen” en el sentido de “rentable”, pero no va a ser un negocio que dure generaciones. No cambiará el mundo, y con el tiempo va a ser superado por las empresas que tengan a los mejores y a los más brillantes, que están en todas partes, y de los que no todos han ido a la universidad ni hablan inglés”.

Con esto vemos como Google busca seguir estando entre las mejores y más importantes empresas del mundo, pero todo esto no solo a través de sus avances tecnológicos sino también manteniendo el buen manejo y trato de sus empleados que a fin de cuentas son quienes generan esos avances y ayudan a la empresa a posicionarse cada vez mejor en el mundo.

MICROSOFT

“No necesitamos estar marcando tarjeta de 8 a.m. a 5 p.m. para cumplir con lo que hacemos, ni tenemos que bloquear el Facebook para asegurarnos que las personas están trabajando. Estamos seguros de que la gente trabaja, hace su labor y la hace con pasión y con energía porque les gusta hacer lo que hacen y no porque les toca hacerlo. Hay una confianza al 200%”. Bernal, M.A. (2010) (A)

Como bien dice María Adelaida Bernal “hay una confianza al 200%” y una empresa es eso, confiar en que un empleado está dando lo mejor de sí y que está en un puesto en específico por que le gusta, sumado a esto están en un ambiente en el que cada persona es dueña de sus objetivos y su desarrollo, dentro de un ambiente flexible.

“Allí debemos desarrollar las nuevas capacidades de nuestra gente para que asuma el cambio como parte del día a día”, Bernal, M.A. (2010) (B)

Aquí vemos que María Adelaida Bernal, habla sobre la concientización del personal al asumir que el cambio es vital como parte del diario vivir, sabiendo así que el desafío en el futuro está frente a un entorno de negocio dinámico y cambiante.

FACEBOOK

Barcelo, J.C. (s.f). (A) nos propone que “Otro de los pilares de su política de recursos humanos consiste en mantener al equipo lo más pequeño posible y hacer uso de la tecnología más moderna para poder sacar adelante todo el trabajo.”

Lo que Juan Carlos Barcelo nos quiere decir es que entre menor personajes se encuentren dentro de un equipo de trabajo es más fácil para todos realizar el mismo ya que se pueden tener ideas más claras y concisas, por tanto, es más rápido trabajar al mismo tiempo.

Barcelo, J.C. (s.f). (B) nos muestra que “Para una buena gestión y retención del talento, los trabajadores de Facebook tienen libertad para escoger y cambiar de tareas, aunque estas estén fuera de lo que es su especialidad. En cuanto a las evaluaciones de rendimiento de los empleados, la política de recursos humanos de Facebook pide a los responsables de equipo, que estas evaluaciones se basen en un 80 % en los puntos fuertes de cada empleado y no tanto en otros parámetros de medición más convencionales como las horas dedicadas al trabajo.

Una de las exigencias clave para trabajar en Facebook es empaparse en transparencia y colaboración; mostrar una mente abierta y ser colaborativo con los otros permiten que se forme una comunidad de trabajo.”

Podemos observar que Juan no era tan estricto con sus trabajadores, al contrario, les daba confianza, para así hacer que se sintieran bien y tuvieran la libertad de hacer y escoger la actividad que quisieran con la responsabilidad de que respondieran correctamente con su

trabajo para así tener un buen rendimiento y el aporte esperado del equipo de trabajo.

Barcelo, J.C. (s.f). (C) explica que, “correcta gestión de los recursos humanos dentro de esta red social, los directivos deben asignar a los trabajadores tareas que saquen a relucir sus fortalezas. Así lo corroboran estas palabras de Don Faul, que antes de trabajar en Facebook lo hizo en Google: “En Facebook, no recibes reconocimiento alguno por el hecho de ocupar un cargo ejecutivo, lo importante es la calidad del trabajo, la fortaleza de tus convicciones y la capacidad de influir en las personas». De la misma manera, Lori Goler, vicepresidenta de recursos humanos de Facebook, «el enfoque de la empresa es garantizar que todos nuestros empleados trabajen en un entorno inclusivo y desafiante que les permita dar lo mejor de sí mismos en cualquier etapa de la vida».”

Facebook quiere que sus trabajadores hagan un trabajo fantástico y exploten toda su imaginación con la información que se les entrega, para así hacer que vuelen su imaginación y realizar un trabajo de calidad, más no para tener un reconocimiento personal y de la misma forma dar lo mejor de sí durante cada proyecto dentro de la empresa.

Coca-Cola

En este caso hablaremos de la empresa de Coca-Cola y su manejo de los talentos humanos. Un ejemplo de ese manejo lo podemos ver aquí, Coca-Cola (2017) (A) “Coca-Cola Iberia pone en marcha planes de desarrollo y formación personal que permiten a los empleados evolucionar conforme a sus habilidades y aptitudes, no sólo desde un punto de vista profesional, sino también humano. El objetivo es facilitar la conciliación del trabajo con sus vidas diarias.”

Aquí podemos ver la importancia que tienen los trabajadores en la empresa de Coca-Cola, esta empresa como toda busca lograr su avance, para ello utiliza métodos donde puedan implementar e instruir las capacidades, talentos o actitudes de sus trabajadores, ya que logrando esto puede alcanzar esa eficiencia que se busca.

Para Coca-Cola el éxito de su compañía es gracias a ellos, sus empleados, por esto su objetivo es mantenerlos felices, explorar capacidades y brindarle un ambiente adecuado para una buena producción.

Coca-Cola (2017) (B) “Nuestros equipos de trabajo destacan por tres cualidades: pasión, talento y compromiso. La filosofía de Coca-Cola tiene sus raíces en una comunicación abierta y honesta entre todos los empleados, en el trabajo en equipo y en la constante aplicación de innovaciones”.

Han mantenido una ideología, donde sus trabajadores desarrollan un ambiente de confianza, donde pueden desenvolver sus talentos, tomando iniciativas creativas apoyándose en sus compañeros.

Coca-Cola da razones de porque una persona debería trabajar en su empresa, ya que consideran que para ellos un puesto va más allá de eso. Una de esas razones que brindan buenos beneficios para un buen desarrollo del trabajador es la número 2, Coca-Cola (2017) (C) esta dice “Toda persona puede crear una carrera larga y exitosa dentro de Coca-Cola. Por eso creemos que formar parte de nuestra compañía es algo más que tener un puesto de trabajo. Los programas implementados dentro del entorno laboral ofrecen constantes oportunidades de desarrollo a lo largo y ancho de más de doscientos países en todo el mundo. Queremos que tus oportunidades de crecimiento sean ilimitadas, y queremos crecer contigo.”

En esta cita podemos ver que Coca-Cola como compañía en sus programas para los trabajadores promete oportunidad para que ellos crezcan como profesional en un futuro, que sus metas y visiones sean mucho más grandes y no tengan límite alguno.

Por lo que se infiere que el manejo del talento humano en esta compañía se está implementando de la mejor forma, por lo leído nos damos cuenta que una de sus prioridades e importancias son sus trabajadores, ya que no solo se preocupa por ver su cartón de profesionalidad, sino que va más allá de eso, construye relaciones personales

con ello mirando sus necesidades, motivaciones, su ética, su vida en un contexto general.

Brindan una flexibilidad para que sus trabajadores tengan oportunidad de llevar tanto su vida laboral como su vida personal, una parte elemental de esta empresa es el trabajo en equipo, la interacción de las personas exponiendo sus diferentes puntos de vistas y además de eso los beneficios de los empleados, ellos los motivan con su salario y atribuyendo con el desarrollo de sus capacidades, talentos, aptitudes para la edificación de carreras, lo que lleva a una mejor eficiencia de la producción.

Apple Inc.

Apple Inc. tuvo sus inicios en el año 1976, es una empresa multinacional estadounidense que diseña y produce equipos electrónicos, software y servicios en línea.

Muchas personas en el mundo prefieren adquirir sus productos ya que manejan un muy buen sistema operativo y soporte técnico.

Además de ser una empresa la cual muchas personas quieren obtener sus productos, sabemos que es una empresa donde muchas personas desearían trabajar desde lo técnico y manual, o en una App Store por ser muy reconocida y las ventajas que le dan a los trabajadores, entonces: ¿Cómo maneja Apple los talentos humanos?

“Somos perfeccionistas. Idealistas. Inventores. Jugamos continuamente con los productos y procesos en búsqueda de la perfección. Tanto si trabajas en una de nuestras oficinas, en otra ubicación, o incluso desde casa, tendrás que poner mucho de tu parte. Pero las ideas brillantes y originales y el trabajo duro se ven recompensados. Y así es como nos gusta trabajar en Apple”, Apple Inc. (2016) (A)

Apple motiva a sus empleados y les pide que aporte ideas a su empresa, las cuales podrán ser utilizadas y puestas en prácticas, además le pide mucha motivación a la hora de cumplir sus labores.

“Hay tantas oportunidades de colaborar con nosotros, que seguramente podrás hacer lo que

más te gusta. Necesitamos a los mejores de entre los mejores para crear hardware y software, y no esperamos menos de las personas que venden, gestionan y prestan asistencia a nuestros productos, procesos y personal” Apple (2016) (B)

Esta empresa busca todo tipo de personal para sus labores y le brinda oportunidad de trabajo a millones de personas en el mundo. Ingenieros de hardware, software, marketing, ventas, diseños, etc., todos estos hacen parte de esta empresa y ayudan a que cada día crezca más.

Las personas que trabajan en Apple no sólo fabrican productos, sino crean las maravillas que han revolucionado industrias completas. Es la diversidad de esas personas y sus ideas lo que inspira la innovación en todo lo que hacen desde tecnologías increíbles hasta iniciativas ambientales líderes en la industria.

Estos son algunos trabajadores que opinan como se sienten trabajando con Apple:

“Me enorgullece muchísimo todo el trabajo, el esfuerzo y los detalles que le dan lugar a la creación de un nuevo producto. Después de 10 años, todavía me emociono con nuestros lanzamientos. Esta energía es contagiosa, y es lo que me motiva a regresar todos los días” Lambert, D. Apple (2016) (A)

“La cultura de la colaboración en Apple es, sin dudas, lo que más disfruto de mi trabajo en la empresa. No solo permiten que intercambiamos ideas abiertamente, si no que esperan que lo hagamos” Quinn, C. Apple (2016) (B)

“Después de trabajar en Apple por casi 30 años, he aprendido que el cambio es algo constante. Todo puede cambiar en un instante, la tecnología, los equipos de trabajo, las descripciones de los puestos de trabajo... Entonces tienes que ser flexible para poder aceptar estos cambios con plena conciencia” Welch, H. Apple (2016) (C)

CONCLUSIONES

“Al clausurar un seminario sobre gestión estratégica, se hizo una pregunta final a los participantes: ¿Qué es un sistema de gestión?

La respuesta del grupo fue rápida y unánime: es un conjunto de políticas, conceptos y prácticas coherentes entre sí, con el propósito de alcanzar objetivos organizacionales de la empresa de manera eficiente y eficaz.

Luego se hizo otra pregunta: ¿Qué es una empresa? La respuesta también llegó rápidamente: es un conjunto de actividades emprendidas por una o más personas, con el fin de satisfacer a todas las partes involucradas en su funcionamiento.

La tercera pregunta fue: ¿Cuál es el objetivo fundamental de una empresa? La respuesta: satisfacer una necesidad de la sociedad, generar riqueza y distribuir la riqueza generada entre las partes que hicieron posible su generación

De este modo, sería oportuna entonces una cuarta pregunta, como verificación final: ¿Cómo puede la empresa alcanzar esos objetivos? La respuesta sería casi un repaso de todo lo que hemos expuesto hasta aquí.

La supervivencia de las empresas en el nuevo siglo dependerá del cambio del ambiente de negocios, de la mayor claridad de los objetivos por alcanzar, del sentido de responsabilidad de las personas y del aumento de libertad en la elección de los medios y métodos para alcanzar dichos objetivos.

En la ejecución de cualquier actividad se necesitarán ciertas restricciones y límites para asegurar la eficiencia y la eficacia, pero esas restricciones se deben mantener en el nivel mínimo”. Chiavenato, Idalberto. *Gestión del Talento Humano*. (2009)

Como nos dice Chiavenato, se considera El Talento Humano o Gestión Del Talento Humano importante para alcanzar los logros de una empresa, su manejo con el personal y así mismo el personal con la empresa, como bien dice: “del sentido de responsabilidad de las personas y del aumento de libertad en la elección de los medios y métodos para

alcanzar dichos objetivos” bien sean dichos objetivos generalizados, que busquen el bien de la empresa para así poder generar ingresos y estos sean distribuidos a las partes que hicieron posible su producción.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Apple (2016), Lo que nos diferencia del resto es lo que hacemos juntos. Trabaja en Apple. Apple Inc. Recuperado de <https://www.apple.com>
2. Apple (2016), Haz el mejor trabajo de tu vida aquí, ante la mirada de todo el mundo. Trabaja en Apple. Apple Inc. Recuperado de <https://www.apple.com>
3. Ayuso, M (2013, 28 de junio). El jefe de RRHH de Google es tajante: “El expediente académico no sirve para nada”. Diario El Confidencial. Recuperado de www.elconfidencial.com
4. Barcelo, J.C. (s.f). La política de recursos humanos de Facebook. IMF Business School y Universidad Camilo José Cela. Recuperado de <http://www.imf-formacion.com>
5. Bernal, M.A (2010, 26 de noviembre). 15. Microsoft. Revista Dinero. Recuperado de www.dinero.com
6. Chiavenato, I., (2008), *Gestión del talento humano*, México, Elsevier editora Ltda.
7. Chiavenato, Idalberto. & Villamizar, G. (2002). *Gestión del Talento Humano*.
8. Coca- Cola (24 de mayo de 2017). ¿Cómo es trabajar en Coca-Cola? Coca-Cola Journey. Recuperado de <http://www.cocacolaespana.es>
9. Dill, K (2015, 3 de abril). Google quiere que le roben sus ideas sobre recursos humanos. Revista Forbes México. Recuperado de www.forbes.com.mx

TEORÍA CONTABLE Y FINANCIERA

EL CONTADOR Y EL ANALISIS DE ESTADOS FINANCIEROS EN LAS ORGANIZACIONES

Mishelle Arzuza Medrano, Eduardo Morales Castillo¹

RESUMEN

Este artículo tiene como objeto revelar la relevancia y el impacto que se tiene en analizar e interpretar los estados financieros y cómo influye para tomar buenas decisiones, apoyados en los estados financieros como documentos que muestran frecuentemente, total o parcialmente la aplicación de los recursos empleados y su proveniencia para proyectar y ejecutar una actividad económica y alcanzar los logros propuestos, se apoya en diagnóstico de la situación financiera y con la aplicación de métodos y técnicas financieras, para la toma de decisiones gerenciales. Por lo que la prioridad del análisis de los estados financieros, es transformar los datos en información de manera provechosa y decisiva; como proceso de reflexión y cuyo fin es evaluar la situación financiera de las corporaciones o empresas naturales de manera eficiente.

PALABRAS CLAVE

Análisis financiero, situación financiera, técnicas, estados financieros.

ABSTRACT

The purpose of this article is to reveal the relevance and impact of analyzing and interpreting financial statements and how they influence good decisions, supported by the financial statements as documents that frequently show, in full or in part, the application of the resources employed and its provenance to project and execute an economic activity and achieve the proposed achievements, is based on a diagnosis of the financial situation and the application of financial methods and techniques for the management decision making. Therefore, the priority of the analysis of the financial statements is to transform the data into information in a profitable and decisive way; As a process of reflection and whose purpose is to evaluate the financial situation of corporations or natural companies efficiently.

KEYWORDS

Financial analysis, financial situation, techniques, financial statements.

INTRODUCCIÓN

El análisis e interpretación de Estados Financieros es relevante, puesto que las actividades que se hacen en la empresa los empresarios y gerentes toman decisiones o guías de pensamiento a accionar en un tiempo determinado en fluyendo cuentas por cobrar o cuentas por pagar; al analizar los Estados Financieros, también se definen las políticas crediticias, rotación de inventarios y presentación adecuada de a los gerentes, clientes, empleados y proveedores, teniendo como columna la toma de decisiones, ya sean operativas, planes y programas de acción, políticas, entre otros.

¹ Estudiantes del programa de Contaduría Pública de la Universidad Libre y miembros del semillero GESCON, orientados y asesorados por Silvio Montiel Paternina y Alcides Peña Sánchez, Contadores Públicos y Magister en Contabilidad.

Los principales usuarios de la información contable, son los gerentes, Los EF, sirven para tomar decisiones oportunas y eficientes, su objeto es dar información acerca de la situación financiera, el desempeño financiero y los flujos de efectivo en la compañía, incluyen los EF el balance general, Los estado de resultados y estado de cambios en el patrimonio, se evalúa cuálita y cuánticamente, de manera económica, lo relacionado con los actores sociales involucrados y ser transparente hacia el exterior, es decir hacia la sociedad.

En cuanto a la definición de lo que es Análisis económico, se encontró que Estrada, J (1987) (p.7) “Diccionario Económico” define análisis económico como: “proceso discursivo en general, es la operación lógica consistente en la descomposición del fenómeno en sus partes reales y cuyo objetivo es determinar las causas del mismo.”

NOTAS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

Para las grandes empresas, la declaración de los estados financieros básicos es compleja y por lo que incluyen un amplio conjunto de notas con la explicación de las políticas financieras y los distintos criterios que se han seguido.

Las notas suelen describir cada elemento en el balance de situación, cuenta de resultados y el estado de flujos de efectivo con mayor detalle y son parte integrante de los estados financieros.

Además de lo anteriormente expuesto, y con objeto de una más fácil interpretación de los estados financieros, incluimos otras secciones donde definiremos cuales son los objetivos de los estados financieros, y como calcular los estados financieros proyectados, como se confeccionan los estados financieros consolidados y comparativos, así como en que consiste su análisis.

Demestre, A. (2005) (p.48) “Análisis a través de Razones Financieras”: Nos propone que “En término general análisis de estados financieros se refiere al arte de analizar e interpretar los estados

financieros. Para aplicar de manera eficaz este arte, es preciso establecer un procedimiento sistemático y lógico que sirva como base para tomar decisiones.”

Ferrer, A. (2004) Formulación, análisis e interpretación de estados financieros en sus ocho fases más importantes, plantea que “Para interpretar o analizar la información de los estados financieros es necesario pasar por varias etapas del proceso de análisis:

1. Conocimiento de la entidad
2. Búsqueda de la información
3. Confección de tablas, gráficos, etc. (el análisis en sí)
4. Elaboración del informe teniendo en cuenta las características personales y profesionales del usuario, resaltar primero los aspectos positivos, luego los negativos y la proyección que de acuerdo con la experiencia del analista.”

Según Álvarez (2004), “el análisis financiero proporciona información, para que la gerencia tome la decisión más conveniente para la empresa. En ese sentido la finalidad del análisis financiero es servir como herramienta básica para el gerente o funcionario responsable, en la toma de decisiones empresariales”.

Amat,O. (1995) (p.11). Afirma: “El diagnóstico de la empresa es la consecuencia del análisis de todos los datos relevantes de la misma e informa de sus puntos fuertes y débiles. Para que el diagnóstico sea útil, se han de dar las siguientes circunstancias: Debe basarse en el análisis de todos los datos relevantes, debe hacerse a tiempo, Debe ir inmediatamente acompañado de medidas correctivas adecuadas para solucionar los puntos débiles y aprovechar los puntos fuertes”.

Bartolomeo, F.L (1942) “Los estados financieros se deben caracterizar por su concisión, claridad y neutralidad”.

Amat,O. (1995) (p.11). Afirma: “Los estados financieros desde una interna, la dirección de

la empresa puede ir tomando las decisiones que corrijan los puntos débiles que pueden amenazar su futuro, al mismo tiempo que se saca provecho de los puntos fuertes para que la empresa alcance sus objetivos. Desde una perspectiva externa, estas técnicas también son de gran utilidad para todas aquellas personas interesadas en conocer la situación y evolución previsible de la empresa”.

Los usuarios de los estados financieros incluyen inversionistas, empleados, prestamistas, proveedores y otros acreedores, clientes, ya sea actuales o de naturaleza potencial, así como el gobierno, agencias gubernamentales, y el público. Dichos usuarios utilizan los estados financieros a fin de satisfacer sus necesidades informativas. Tales necesidades incluyen lo siguiente:

a) Inversionistas.- Los proveedores del riesgo de capital y sus consejeros están interesados en el riesgo inherente, y el reembolso de sus inversiones. Los inversionistas requieren información que les ayude a decidir si deben comprar, retener o vender sus inversiones. Asimismo, los accionistas se encuentran interesados en obtener información que los habilite a conocer la capacidad de una empresa para pagar dividendos.

b) Empleados.- Los empleados y su grupo de representantes se encuentran interesados en la información acerca de la estabilidad y rentabilidad de sus empleadores. Asimismo, se encuentran interesados en la información que les ayude a conocer si la empresa es capaz de pagar adecuadamente tanto remuneraciones, como beneficios por jubilación y otras prestaciones.

c) Prestamistas.- Se encuentran interesados en conocer si sus préstamos e intereses respectivos, serán pagados en la fecha requerida.

d) Proveedores y otros acreedores.- Los mismos se interesan en obtener información acerca de la capacidad de pago de la empresa. Los proveedores se encuentran interesados en una empresa por períodos de tiempo más cortos que

los prestamistas, ya que los mismos dependen de la continuidad de la empresa para seguir considerándolo un cliente de importancia.

e) Clientes.- El interés de los mismos radica en la continuidad de la empresa, especialmente cuando existe una relación a largo plazo, o existe dependencia en la empresa.

f) Gobierno y Agencias Gubernamentales.- Su interés se centra en la distribución de los recursos, y por lo tanto, en la actividad de las empresas. De la misma forma requieren cierto tipo de información a fin de regular las actividades de las empresas de determinar políticas fiscales, así como las bases del ingreso nacional y estadísticas similares.

g) Público.- Las empresas afectan al público en muy diversas maneras. Por ejemplo, las compañías, deben realizar contribuciones substanciales a la economía local de varias formas, incluyendo el número de personas que emplean, y su relación empresarial con los proveedores locales. Los estados financieros deben ayudar al público mediante la información relativa a las directrices y desarrollos recientes en la prosperidad de una empresa y el rango de sus actividades.

Amat,O. (1995) (p.13). Añade que: “Además de los estados financieros, el análisis debe complementarse con el estudio de los datos siguientes, que en muchas ocasiones permiten detectar puntos fuertes o débiles de difícil percepción a través de dichos estados: Informaciones de tipo general, informaciones sectoriales e informaciones relacionadas con la empresa”

Morera, J (2006): dice que: “Estado de Cambio de la Situación Financiera: es otro estado financiero, de tanta importancia como el estado de ingresos y egresos y el balance general, lo que hace necesaria su preparación y presentación. Un estado de cambios en la situación financiera presenta dos partes bien definidas: Las fuentes de fondos, y las aplicaciones de fondos. Las fuentes de fondos más importantes son los recursos

generados por (las operaciones normales de la empresa; la venta de activos distintos a los corrientes; préstamos a largo plazo y la emisión de acciones y bonos). Las aplicaciones de fondos más importantes son las erogaciones generadas por: (el pago de dividendos; la devolución o pago de la deuda a largo plazo; y la adquisición de activos no corrientes e inventarios”.

La empresa puede elaborar infinidad de estados financieros según sean las necesidades de cada momento o situación.

Bartolomeo; F,L (1942) “Elementos de los Estados Financieros Todo Estado Financiero debe contener: Un encabezado que indique la clase del documento de que se trata, el nombre de la empresa y la fecha de su formulación o el periodo al que se refiere. En la parte principal del documento estará su contenido y datos medulares”.

CONCLUSIÓN

Hoy día en la dinámica de las operaciones de la empresa, el problema real a la hora de juzgar la posición financiera a corto plazo de una empresa consiste en averiguar lo más cercanamente posible, la futura capacidad generadora de dinero de esa empresa con respecto a las demandas de efectivo que tendrá que enfrentar en el futuro cercano. Lo que importa no es qué condiciones prevalecerán en un momento dado, sino si la empresa al realizar sus operaciones regulares

puede continuar generando la suficiente cantidad de dinero en el plazo adecuado como para cumplir con todas sus obligaciones financieras y operacionales. De manera que un buen análisis de los estados financieros mediante la información contable utiliza diferentes técnicas, métodos o procedimientos para investigar las causas y los efectos de la gestión de la empresa para llegar a su actual situación y poder predecir dentro de ciertos límites su desarrollo en el futuro para la toma de decisiones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Amat O. (1995) “Supuestos de analisis de Estados Financieros” Capellades (España), Ediciones Gestión 2000, S.A.
2. Amat O. (2000) “Análisis Económico Financiero”. Gestión, 249 p.
3. Demestre A., Castells C., González A. (2005) “Análisis a través de Razones Financieras”, La Habana, Editorial Centro de Estudios Contables Financieros y de Seguros (CECOFIS), Cuba.
4. Estrada Santander, José Luis. (1987). “Diccionario Económico”, La Habana: Editora Política, 232 p.
5. <http://www.encyclopediainanciera.com/estados-financieros/objetivo-estados-financieros.htm>

MARKETING

MARKETING TURÍSTICO COMO ESTRATEGIA EN LA GERENCIA COMERCIAL DE LA EMPRESA CONTACTOS S.A.S

Yulis Isabel Castro¹

RESUMEN

El marketing turístico va direccionado bajo el enfoque de la gerencia comercial en la empresa Contactos S.A.S, esto se emprende sin duda alguna de muchos componentes agregados, que permiten visualizar de forma pertinente cada estrategia estructurada a partir de mejorar y alcanzar las política de excelencia que se necesita para llevar al mercado un óptimo desarrollo a nivel empresarial. Evidentemente se llevo a la búsqueda e investigación mediante información generada por la agencia la cual no fue la mas amplia y concisa por el contrario fue muy corta y breve, mediante esto se destacan los punto con los que tiene a su favor que pueden hacer mucho para su fortalecimiento. Instruyéndose de todos los conceptos gerenciales y mercadólogos que se competen dentro del marco competitivo en la industria. Ajustando cada modelo económico del sector turístico dentro del portafolio de valor agregado que ésta puede generar, con el fin de ampliarse permanentemente a los distintos cambio comunicacional y tecnológico para generar ventajas encaminadas a eficacia.

PALABRAS CLAVE

Producto intangible y tangible, penetración, publicidad, ventas, relaciones públicas, marketing relacional, comercio, gerencia.

ABSTRACT

Tourism marketing is directed under the approach of the commercial management company Contactos S.A.S, this is undertaken without any doubt of many aggregate components, viewing in a relevant way each structured strategy from improve and achieve the policy of excellence needed to bring to market an optimum development at the enterprise level. Obviously took the search and investigation by information generated by the Agency which was not the most comprehensive and concise on the contrary it was very short and brief, by this point stand out with those who they have in their favor that can do a lot to strengthen. Instructing all managerial concepts and marketer which is within the competitive framework in the industry. By adjusting each economic model of the tourism sector within the portfolio of value added that is it can generate, in order to permanently extended to the various communication and technological change to generate benefits aimed at efficiency.

KEYWORDS

Intangible and tangible product, penetration, advertising, sales, public relations, relationship marketing, trade, management.

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo veremos como el marketing se convierte en una herramienta clave para la dirección de las empresas de turismo, encaminada a la excelencia, ajustándose a los cambios de modernización que ejerce el consumidor.

¹ Estudiante de V Semestre de Mercadeo. Universidad Libre.

Promoviendo un Marketing mix en cada una de las funciones de las empresas incluyendo en su planificación estratégica las cuatro actividades fundamentales las cuales giran en torno a la toma de decisiones sobre el productos, precios, comunicación y distribución. Las actividades del marketing se fundamenta en el núcleo profesional, a nivel organizacional El marketing se mueve como referencia a un grupo de instituciones, actividades e interacción, diseñados para facilitar el intercambio entre una organización y su mercado. En la gerencia comercial de manera posicional en el sector del turístico.

En el mundo de las finanzas existen dos partes que controlan la economía la cual Una concibe produce y vende productos y servicios y se llama Oferta la otra que compra y consume esos productos y servicios se denomina Demanda. Hay vínculos encargado de poner en contacto estas dos partes y de facilitar el intercambio entre ellas de forma satisfecida y rentable para ambas, Esa es la función del marketing asegúrese que dentro del mercado se organice el intercambio competitivo y voluntario entre ofertante y demandante.

Desde el punto de vista del marketing este es el primer y más importante de las variables de combinación del marketing mix, Si una empresa no tiene el producto adecuado para estimular la demanda, no puede llevar a cabo de forma efectiva ninguna acción comercial. Se puede decir que el producto es el punto de partida de la estrategia de marketing.

Desde el punto de vista comercial, este producto decide cualquier bien o servicio, o la combinación de ambos, que poseen un conjunto de atributos físicos y psicológicos que el consumidor considera que tiene un bien para satisfacer sus deseos o necesidades.

El producto turístico es principalmente un conjunto de servicios, siendo este un producto intangible; el cual una empresa o persona presta a otra, proporcionando así su entrega inmediata, por la relación directa que hay entre el prestador de servicio y el usuario el cual es fácil distribuirse por no requerir almacenamiento ni transporte de

manera que este se suministra y es cuando se toma la participación del cliente.

ATENCIÓN AL CLIENTE

La atención al cliente, en las agencia de viaje ya constituida deben de estar en una alto rango de desarrollo corporativo debido que la atención al cliente es la principal arma mate del sector turístico de esta depende la demanda de sus clientes otorgándoles el protagonismo principal al factor que le denominamos mas importante en el juego de los negocios. Los esfuerzos de la empresa deben de estar siempre enfocados a los clientes ya que este es el impulsor de todas las actividades requeridas por la organización.

“Un cliente es el visitante más importante en nuestras instalaciones, no depende de nosotros. Nosotros dependemos de él. El no es una interrupción en nuestro trabajo. Es el propósito del mismo. El no es el extraño del negocio. El es parte de él”. (Jerry Harvey, emprendedor, publicado 2014).

El comercio esta compuesto por una mezcla o combinación de elementos de la industria turística. En el trascurso de los últimos años, el sector turístico se ha convertido en una de las mayores fuentes generadoras de empleo, de divisas y de estímulo a la inversión y al crecimiento económico como dice

“Los ingresos obtenidos por el turismo sobrepasaron a aquellos del comercio internacional de los años ochenta y, proporcionalmente constituyen en la actualidad un valor mayor que los demás sectores económicos con excepción del petróleo y la rama automotriz.” (Schulte.S. 2003)

El sector económico del turismo en general cuenta con un crecimiento anual del 9% y se ha convertido durante las últimas décadas en unos lo más importante a nivel mundial, tomado en cuenta su aporte al PNB de los países, su rápido incremento está estrechamente relacionado con el avance de la tecnología y telecomunicaciones, por lo que se ha transformado en una industria altamente globalizada.

Donde el participante principal del turismo es aquella persona que realiza un viaje, distinguiéndose de cualquier otro viajante de un lugar a otro, mientras que el viajero es cualquier persona que viaja de un lugar a otro, visitante es quien viaja a otro lugar distinto de su entorno habitual por medio de 12 meses consecutivos y que no pretende ejercer actividades remuneradas en el lugar que visita. (Slike Schulte, 2003, p. 11)

En este artículo el marketing turístico es aplicada en la empresa Contactos S.A.S en dirección de la gerencia comercial para la formulación de nuevas características que emprende la evolución de Contactos S.A.S con base a la identidad corporativa y marketing relacionar de la empresa.

CONTACTO S.A.S COMO CASO DE TURISMO ESTRATÉGICO

Contactos S.A.S es una empresa que se encuentra ubicada en la ciudad de Cartagena está situada en el departamento de Bolívar. Contactos S.A.S está constituida como una sociedad por acciones simplificada. La actividad a la que se dedica la empresa Contactos S.A.S es a las actividades de agencias de viaje. Ésta agencia está constituida como una empresa asociada al turismo cuyo oficio de la organización. Es la intermediación, distribución y realización de proyectos, planes, rutas, impulsos de venta con productos turísticos entre sus clientes categóricos, proveedores de viajes e organizador de grandes eventos.

A partir de la búsqueda inferida para desarrollar los distintos temas aplicable en esta compañía podemos decir, que es muy poca la información que esta empresa muestra en la web, evidenciamos que la empresa cuenta con el pasar del tiempo con varios procesos de relación e identidad muy débil para la excelencia dentro de los términos aplicable en la gerencia comercial. La comunicación es el principal ítem para estar en la vanguardia de los avances globales que se genera día a día en el mundo y más en las localidades que demandan turismo por su condición histórica y proceso relacionar dentro del contexto territorial y geográfico que tiene para ofrecer el destino elegido, y emprender su

acción comercial. La empresa estuvo ejerciendo un gran papel competitivo en el marco del renombre por estar organizando grandes eventos a nivel internacional. Es aquí donde el marketing se convierte en una de las herramientas más útil para el proceso competitivo y desarrollo de las mezclas de este, para lograr alcanzar gran penetración del mercado y poder reestructurarse de manera comercial con sus cliente, invirtiendo en los diversos componentes necesarios que se encuentran a partir de diversas estrategia y etapas en el marketign relaciona.

LA INCIDENCIA DEL MARKETING RELACIONAL

En este caso es necesario para estar en conocimiento de cómo va cambiando su cliente, que conductas nuevas adquieren para satisfacer sus necesidades o deseo, conforme a lo que encuentra en el mercado y generalizar los factores externo que se descubre en la competencia para pasar de lo tradicional a lo relacional encaminando a la trayectoria que ha mantenido la empresa dentro del sector turístico.

De manera, de lo que se ha podido deducir por la poca información y delimitaciones de la empresa consecuentemente se evidenciara a partir de la herramienta digitales que la empresa implemente para agilizar y facilitar las distintas operaciones que esta necesite para la elaboración de su estrategia comercial.

“El enfoque del marketing que se centra en una definición clara del mercado, la orientación al cliente, la integración y coordinación de funciones y la rentabilidad, en la era de Internet se orienta a utilizar al máximo las potencialidades de esta tecnología para llevar a cabo un marketing relacional eficaz y más eficiente, empleando para ello herramientas de gestión de relaciones con los clientes, llamadas CRM.” (Ernesto Manuel conde Pérez, 2004).

De este mismo modo siempre es bueno escuchar al usuario, saber que piensa, que quiere y cómo ve a la empresa, por esta razón es bueno el uso de los medios sociales el cual se convierte en

una relación directa con el consumidor y se aprovecha esta interacción para dar respuesta inmediata.

“La reputación online es clave en la actualidad, pues más del 70% de los usuarios acuden a Internet para informarse sobre un producto o marca”. (Patricia Peñalver, p. 1. 2016)

Los medios digitales; hacen que las funciones comerciales se constituyan de manera muy directa y rápida, para la cabalidad de reducir costos y aprovechar la publicidad que esta genera, por ser el medio más utilizado por todos, colocando una postura muy centrada al valor agregado que una agencia de viajes puede hacer para el registro de un buen servicio oportuno y experiencial, al momento de ofrecerlo, emprendiendo el momento de verdad afines con el marketing relacional. Complementando diversos componentes estructurados que integran al servicio al cliente para vender calidad a fin de conservar una demanda duradera y rentable, creando un margen de recomendación alto y bueno por parte del usuario.

“Marketing Para Pymes: Las Principales Claves de Marketing en la Pequeña y Mediana Empresa”, sólo el 14% de los consumidores confía en la publicidad mientras que el 86% restante confía en la recomendación” (Patricia Peñalver, p. 1 2016).

Las relaciones publicas; consisten estratégicamente en los procesos de comunicación que afianzan las relaciones, debidamente beneficiosa entre las agencias y su publico para alcanzar un objetivo planteado, a través del el conjunto de acciones destinadas a crear y mantener una excelente imagen de las agencias o empresas ante el público en general. Dándole así la importancia de inspirar positivamente buenas relaciones que conllevan a impulsar una buena promoción aprovechándose de esta. Y les es muy útil en términos de costo ya que el reconocimiento y patrocinio que se le hacen efectivamente es una comunicación no pagada.

La empresa Contactos S.A.S utiliza los medios sociales de manera muy constante, puesto que

esta evidencia a través de imágenes las distintas experiencias que ofrecen a lugares diferentes, dentro del rango de la publicidad es bueno constituir un panorama atractivo y confiable para lente del usuario u consumidor final. En este punto el cliente se torna más riguroso lo que implica que la empresa por estar posicionada y con un nicho de mercado ya captado les es fácil manejar desde su gerencia comercial, la planificación y correcta administración del factor tiempo que sirve para enfocar al cliente externo quien tiende a ser el equipo de apoyo comercial en función del apoyo que se maneja a partir de las políticas de la organización quien es esta la que condiciona todas las actividades de Contactos S.A.S reconociendo que la empresa por la trayectoria y experiencia que tiene la organización Contactos S.A.S a través de los años la convierte en distinguida, categorizando la amplitud actual que tiene para adquirir de manera positiva una buena imagen corporativa en correlación con su nicho de mercado y competencia.

REFERENTES

“En Colombia La industria turística ha venido desarrollándose de forma vertiginosa en los últimos años, de acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo el sector turístico generó durante la década de 1990 un ingreso de divisas al país similar al producido por las exportaciones tradicionales. Alcanzó entre el 20% y 30% del total de las divisas aportadas por las exportaciones y el equivalente al 3% del PIB; la actividad turística contribuyó entre 1999 – 2004 en promedio con el 2,3% del PIB” (Such Devesa, Zapata Aguirre, Risso, Brida, & Pereyra, 2009).

Estos nos dice que el sector del turismo es un alto potencializado de ingresos al país atribuyéndole de manera satisfactoria la producción que se genera a partir de todas las ventas que se dan gracias a la oferta de servicio y producto dentro del sector turístico en el país.

Huete, R. (2011). La importancia de la investigación científica en turismo: el papel de la sociología. *Instrumentos Sociológicos*

para el Análisis del Turismo. “Carácter multidisciplinar del turismo:

1. Diversidad de su actividad
2. Desconexión entre el ámbito académico y empresarial
3. Dificultades en los instrumentos de medida y en la propia definición de las variables utilizadas. Ausencia de datos y la falta de credibilidad”.

Desde este contexto siempre es bueno imaginar y percibir de manera más explícita y científica los diversos componentes subjetivos que existen para dar respuesta a todas las características involuntarias que hace un individuo dentro de dicho rol.

Castillejo, M. C. B., & Mendoza, Y. D. L. E. (2014). “El documento refleja los resultados de la investigación en citymarketing desarrollada por el Grupo de Investigación GISEMA de la Universidad Libre Cartagena, Sede Cartagena, para La Red de Museos de Cartagena de Indias, cofinanciada”.

Las investigaciones relacionadas al componente principal, el turismo, es conducido en diversos ámbitos a partir de las reglas que se materialicen para lograr un aprendizaje óptimo y poder incluirlo en los distintos climas organizacional siendo estos el comunicador más atractivo para conocer al principal participante en la ciudad.

Editorial Vértice, 2010. Entre la información que el prestador del servicio ha de poner a disposición del consumidor y usuario antes de contratar, de forma clara, comprensible y adaptada a las circunstancias del eventual contrato y del medio de comunicación utilizado figura “la dirección completa en la que el consumidor o usuario puede presentar sus quejas y reclamaciones, así como, en su caso, la información sobre el sistema.”

La calidad emprende múltiples factores a favor que dentro del turismo siempre es bueno incluir ya que este medio permite que la experiencia se venda a través de los sentidos ubicando cada uno de los factores con fiabilidad a través del buen servicio como lo es la atención al cliente.

DISCUSIONES

En este punto hacemos énfasis a todas las posturas opuestas que de cualquier manera hacen y aporta mejorablemente la información y conocimientos, adquiridos, al momento de difundir una información, incluyendo objetivamente todos los puntos e ideas claves en el marco comercial dentro del concepto de la gerencia. Apoyándose del marketing como estrategia competitiva, haciendo de ésta, todo un despliegue en las agencias de viajes que promueven e intervienen en el proceso social de invertir y remunerar todo lo que se puede incluir en el turismo desde los trabajos informales hasta los altos estándares de protocolos que hacen a una empresa tanto externa como interna. En la actualidad la gerencia comercial cuenta con muchos desafíos ya que el comercio, el turismo, las organizaciones buscan el instructivo generador del poder

CONCLUSIÓN

Y es así como decimos que el marketing turístico en la actualidad fomenta sin duda alguna mucha competencia, y controla gran parte del sector terciario, agregando un múltiple apoyo económico a la industria del país, a partir del servicio brindado, debido a la economía que engloba las distintas actividades en pro de satisfacer las necesidades que se demandan dentro del mercado.

El enfoque principal es incluir como los diversos componentes agregados que hacen del sector turístico un amplio espacio para influir de manera gerencial y organizacional en los implementos que la complementan tal como la parte hotelera la cultura la comunicación las finanzas y el espectáculo entre otros, a través del trabajo arduo que hacen las agencias de viajes para cumplir satisfactoriamente las expectativas del turista, junto con el conocimiento estructurado que se requiere en la actividad financiera dentro del sector, todo esto se demanda a partir del capital establecido para la financiación del servicio en forma general. El desarrollo del turismo lleva a la sociedad a caminar de la mano del arte de la parte sostenible y de la multiculturalidad

brindada por parte de sus exponte y referente que hacen instruir al cuidado y mantenerlo dentro de la historia de nuestra región.

De este modo el turismo y el comercio son funcional debido a que se complementan por su estrecha estructura gerencial que necesitan para que funcionen y puedan ayudarse en la dirección remuneradora que estás arrojan, y es cuando concluimos que el marketing es la principal herramienta para cautivar y atraer al turista dentro de su mercado meta, siendo esta la mejor implementación para generar contenidos inspiradores que queden en la mente del usuario y así estar en constante desarrollo con base en la competencia.

En tal sentido Contactos S.A.S se posicionó en el mercado dentro de la ciudad de Cartagena, además cuenta con renombre y hace de los medio sociales algo bueno, no obstante con el factor tiempo la empresa no a mostrado mucho mas allá de lo que podrían dar actualmente simplemente han ido quedado en el buen nombre que lograron con el pasar de los año, la pero la agencia podría hacer un mejor aprovechamiento de estos valores positivos con los que ya tiene a su favor. La agencia muestra imágenes que reflejan el contenido de los turistas o usuarios que lo eligen para emprender su viaje, siendo esta la fuente principal de información que la agencia atribuye. En ultimo la complementación del marketing turístico es especial para requerir métodos y estrategias artísticas e innovadoras que le reconstruyen su identidad corporativa y relación con su nicho de mercado y así afianzar su imagen e ir a la vanguardia de las nuevas expectativas de servicio a través del valor que esta ofrezca.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Bach, R. (2007) *Ilusiones*. Editorial Zetabolsillo. Argentina. Argentina.
2. Bohnenberger, Maria Cristina. *Marketing interno: la actuación conjunta entre recursos humanos y marketing en busca del compromiso organizacional*. 2006. Tesis Doctoral. Universitat de les Illes Balears.
3. Castillejo, M. C. B., & De la Espriella Mendoza, Y. Determinantes del turismo vacacional de la ciudad de Cartagena de Indias Patrimonio Histórico de la Humanidad.
4. Christopher, Martin; Payne, Adrian; Balantyne, David. *Marketing relacional: integrando la calidad, el servicio al cliente y el marketing*. Ediciones Díaz de Santos, 1994.
5. Editorial Vértice. *Atención al cliente*. Editorial Vértice, 2010.
6. Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. C., Carrión, M. A. S., & Avalos, M. M. (1997). *Mercadotecnia para hotelería y turismo*. Prentice-Hall Hispanoamericana.
7. Kotler, Philip, et al. *Mercadotecnia para hotelería y turismo*. Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997.
8. O'shaughnessy, John. *Marketing competitivo: un enfoque estratégico*. Ediciones Díaz de Santos, 1991.
9. Peroni, Giovanni. *Marketing turístico*. Angeli, 1992.
10. Romero, Luis Alfonso Pérez, et al. *Marketing social: teoría y práctica*. Pearson Educación, 2004.
11. Sampieri, Roberto Hernández, et al. *Metodología de la investigación*. México: Mcgraw-hill, 1998.
12. Schulte.S. 2003. *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo* Vol. 25, United Nations Publications.
13. www.Emprendedoresaléxitoactual.edu.co

EL MARKETING DIGITAL COMO APOYO EN LA CONSECUCCIÓN DE CLIENTES. CASO JUAN VALDEZ CAFÉ

Julia Fonseca Villamizar¹

RESUMEN

Este es un artículo que trata sobre el marketing digital como herramienta para conseguir clientes relacionado con la empresa Juan Valdez Café, que ha sido tan exitosa que hoy en día supera los 2 millones de seguidores, según la Federación Colombiana de Cafeteros, y se consolida como la marca colombiana con la mayor comunidad en Facebook; y además gracias a campañas publicitarias como la de Juan Valdez, se demuestra que la mayor parte de los consumidores del mundo identifican a Colombia como un país que produce café de altísima calidad, que están dedicados a generar paz en el campo colombiano y a producir el café más rico del mundo, lo que hace que lo demanden y estén dispuestos a pagar mayor precio por los productos generándole a la empresa mayores clientes que se fidelicen a largo plazo. El crecimiento de Juan Valdez café en las redes sociales se debe a un diálogo respetuoso, amigable e innovador con sus consumidores, que realza la labor y los valores de los caficultores colombianos y los orígenes del café que la marca comercializa, que hace que los objetivos trazados en las estrategias de marketing para conseguir clientes, se alcancen. Este artículo se hace mediante revisión de literatura, revistas especializadas y observación estructurada en la empresa, que permite evidenciar la importancia que tienen las estrategias de marketing digital cuando se desea conseguir clientes, promocionar los productos y llegar a conocer de manera personal a los consumidores para satisfacer sus necesidades mediante la relación que se presenta en la interacción de la empresa con el usuario.

PALABRAS CLAVE

Marketing digital, redes sociales, plataforma virtual, consumidor, Juan Valdez Café.

ABSTRACT

This is an article about digital marketing as a tool to get customers related to the company Juan Valdez Café, which has been so successful that today exceeds 2 million followers, according to the Colombian Federation of Coffee Growers, and is consolidated as The Colombian brand with the largest community on Facebook; And thanks to advertising campaigns such as that of Juan Valdez, it is shown that most of the world's consumers identify Colombia as a country that produces coffee of the highest quality, which are dedicated to generating peace in the Colombian countryside and to producing coffee The richest in the world, which causes them to demand it and are willing to pay a higher price for the products, generating the company more customers that are loyal in the long term. The growth of Juan Valdez coffee in social networks is due to a respectful, friendly and innovative dialogue with its consumers, which enhances the work and values of the Colombian coffee growers and the origins of the coffee that the brand commercializes, that makes the objectives Traced in marketing strategies to get customers, are reached. This article is made through literature review, specialized journals and structured observation in the company, which makes it possible to highlight the importance of digital marketing strategies when customers are desired, promote products and get

¹ Miembro de Semilleros Seintur año 2016, Ponente Nacional de la Red Colsi, Miembro activo del Club de Marketing. Estudiante de V Semestre de Mercadeo. Universidad Libre.

to know consumers in a personal way. Meet their needs through the relationship that is presented in the interaction of the company with the user.

KEYWORDS

Digital marketing, social media, virtual platform, consumer, Juan Valdez Café.

INTRODUCCIÓN

El mundo hoy evoluciona cada vez más rápido. Los consumidores no tienen tiempo y son más exigentes. Las nuevas generaciones nacieron en un mundo digitalizado con el afán de compartir con otros lo que realizan y opinan acerca de todo lo que los afecta, haciendo así que el comercio sea más fácil, rápido, tecnológico y social, en donde las empresas deben entender el comportamiento de los consumidores hoy por hoy que ha cambiado por la misma tecnología, creando estrategias para fidelizarlos pues es más difícil conseguir un cliente, que mantener uno existente.

Vale la pena resaltar principalmente, que el marketing digital se desprende del marketing relacional donde este consiste en generar relaciones rentables con los clientes, donde se experimenten acciones que atribuyan a la interacción para lograr una recolección de información necesaria para brindar beneficios a sus consumidores y que la empresa ofrezca un nivel de satisfacción más elevado que produzca éxito en los negocios ya que se recolectan clientes y estos se sentirán relacionados con la empresa. Como lo explica

Alet i Vilagínés, J. (2000). Quien afirma que “El marketing se preocupa por las relaciones de intercambio que se producen entre la organización y sus clientes, y la calidad y el servicio a la clientela son los eslabones clave en esas relaciones. La vinculación existente entre marketing, servicio al cliente y calidad, debe ser explotada eficazmente para lograr la total satisfacción de los clientes y el mantenimiento de las relaciones a largo plazo”.

Por lo tanto, la satisfacción de necesidades que se puedan dar a los clientes, depende directamente de la información personalizada de aquello de lo que estén interesados y buscan, en el que la interacción, debe estar acompañada de estrategias de comunicación para medios digitales, logrando que el contenido se viralice, es decir, que sea masivo y que llegue a la mayoría de usuarios objetivos.

Torres Maldonado, J. M. (2017a). Define al marketing digital como “La aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. Todas las técnicas del mundo off-line son trasladadas a el mundo online. En el ámbito digital aparecen nuevas herramientas como la inmediatez, las redes sociales, los buscadores, y la posibilidad de mediciones reales de cada una de las estrategias empleadas”.

De esta manera funciona el marketing digital, es decir, utilizar los recursos existentes para interactuar más con el consumidor, para conocer sus gustos específicos, intereses globales, saber qué compra, cómo compra, qué comparte, pues los usuarios son quienes exigen la creación de nuevo contenido y las empresas deben mantener un flujo de información fácil y rápida para con sus clientes si desean mantenerse a flote dentro del mercado competitivo actual. Juan Valdez Café, entiende la importancia de tener información del consumidor, de mantener relaciones con ellos, empleando herramientas tecnológicas de fácil y rápido acceso que le sean atractivas al usuario para persuadirlos y comprometerlos con la empresa, ofreciéndole anuncios adecuados en donde los consumidores puedan darles opiniones para orientar sus campañas en los medios tradicionales y crear ofertas en su servicio o en sus productos.

Por su parte dentro de lo que se conoce como marketing digital es importante tener en cuenta que se asocia principalmente en los negocios creando espacios de interacción de los usuarios; como lo comenta

Marcos Blázquez, A. (2013) quien señala que “El marketing digital ayuda a crear negocios y

al mismo tiempo se da un dialogo interactivo entre usuarios y empresario o servidor; a la vez permite expresar las necesidades, solicitudes, sugerencias y propuestas de mejoras, empleando las Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones TIC”.

Esto es importante debido a que la información que se obtiene de las relaciones establecidas en los medios digitales entre los usuarios y las empresas, se emplea en la planificación de nuevas estrategias de marketing y promociones que requiera la empresa para la total satisfacción de sus clientes, pues estos ya han dejado claro lo que les gustaría encontrar en los servicios que estas les ofrecen.

A propósito, antes de emprender un negocio, es necesario saber de las herramientas de fácil acceso que apoyen el crecimiento de la empresa, conocer qué es y cómo se hace un plan de medios y de comunicación ajustado a los objetivos y al presupuesto que se tengan, adaptándose a la diversidad de los dispositivos; en este caso será el uso de redes sociales y plataformas virtuales interactivas. Las empresas deben hacer uso de las plataformas virtuales para lograr tener engagement, es decir, nivel de compromiso, fidelidad y conexión que demuestran los usuarios hacia determinada marca, donde esto se ve reflejado en las cifras de la empresa. La cercanía con el cliente, permite potencializar las ventas debido al conocimiento que se tiene de las necesidades y gustos del mismo, lo que a largo plazo genera posicionamiento; además, permitirle al consumidor construir lo que quiere consumir, genera que las empresas satisfagan más, tengan mayor productividad y usen más las estrategias digitales.

De tal manera, las empresas deben conocer las bases para lograr una efectiva estrategia de marketing digital, puesto que a partir de estas bases llamadas las 4f, se tendría una visión más clara de lo que se debe realizar para tener éxito en las estrategias a realizar, como lo menciona Rafael López Fernández (2013) de la siguiente manera:

1. Flujo: Viene definido desde el concepto de lo multiplataforma o transversal. El usuario se tiene que sentir atraído por la interactividad que genera el sitio para captar la atención y no lo abandone en la primera página.
2. Funcionalidad: La navegabilidad tiene que ser intuitiva y fácil para el usuario; de esta manera, prevenimos que abandone la página por haberse perdido. Se debe aplicar la norma “KISS” (Keep It Simple Stupid) (Mantenlo Simple Estúpido). Así, la usabilidad y la persuabilidad cobran especial relevancia en este concepto.
3. Feedback (retroalimentación): Debe haber una interactividad con el internauta para construir una relación con éste. La percepción que recibe y la consecuente reputación que se consigue son la clave para conseguir confianza y una bidireccionalidad; para ello, sed humildes, humanos, transparentes y sinceros.
4. Fidelización: Una vez que habéis entablado una relación con el internauta, no le dejéis escapar. Tenéis que buscar un compromiso y proporcionarle temas de interés para él. Cautivale.

A su vez, los negocios deben conocer de primera mano las tendencias del marketing digital y los avances que este tenga para estar al tanto de las herramientas que deben usar, pues existen conceptos que se digitalizan, es decir, se modernizan; el E-commerce o el comercio electrónico, va creciendo a través los nuevos sistemas de segmentación al igual que las experiencias económicas virtuales cambiando así de forma trascendental y significativa el mercado del planeta. En Colombia según Joost Scharrenberesg, (2015) señala que “El mundo del marketing digital va cambiando constantemente y es por eso que hay que estar actualizado en el tema para no quedarse atrás” y expone las tendencias del marketing digital en Colombia, apoyados en Rincón, A. (2015) y recuperado en publicar.com señala que:

1. El auge del video. El video on-line sigue consolidándose en Colombia. Según el estudio Futuro Digital Colombia 2014 de la

firma comScore, este formato logra un 88% de alcance en la población web. Por su parte, en Colombia, el uso del video pasó del 54% al 62% en un año.

2. Los sitios de contenido original obtienen mejores resultados. El contenido es el rey. Según comScore, los sitios con contenido original obtienen mejores resultados en la construcción de marca. Específicamente, los sitios que producen y almacenan contenido propio logran un 37% de incremento en búsquedas on-line de anunciantes, y un 43% de incremento en visitas a sitios web de anunciantes.
3. Los anuncios de display son efectivos, incluso en ausencia del click. Ha disminuido la cantidad de clicks que reciben los anuncios web, pero estos aún viven ya que no es tan relevante atrapar visitantes sino contribuir en el proceso de construcción de las marcas. Puntualmente, un 23% de incremento en visitas al sitio web y un 13% de incremento en el uso de términos de búsqueda relacionados, según comScore.
4. Hacia la consolidación móvil. La penetración de los teléfonos inteligentes en Colombia es cada vez mayor. El acceso a internet desde estos dispositivos pasó del 23% al 34% en un año. Además, del total de las personas con celulares, el 42% cuenta hoy con un teléfono inteligente, así que allí hay una oportunidad real que se puede aprovechar a la hora de desarrollar estrategias de marketing.
5. El sistema operativo dominante es Android. En Colombia, Android tiene el 82% de la participación de tráfico desde teléfonos inteligentes y tabletas. ComScore afirma que esta tendencia obliga a que cuando se quieran desarrollar aplicaciones móviles, se le otorgue prioridad a las características técnicas de Android.
6. Continúa creciendo el acceso a redes sociales. De acuerdo con comScore, Colombia ocupa el primer lugar en promedio de páginas vistas por día en redes sociales en América Latina (55.4). En general, el acceso a redes sociales pasó del 73% al 81% en un año según la encuesta de consumo digital y se quedarán en las estrategias de marketing de marcas y empresas.
7. Facebook se mantiene en el primer lugar. En Colombia Facebook todavía es invencible. Tiene el mayor número de visitantes al día (11.596), según comScore. Así mismo, Facebook alcanza el índice más alto de engagement (93%). Hay muchísimas marcas y empresas colombianas que están en la tendencia de tener una Fan Page pues los usuarios prefieren este canal.
8. Las visitas on-line son más largas. Según comScore, un usuario promedio de nuestro país dura alrededor de 27.8 minutos por visita, es decir, duramos más tiempo en los sitios web que otros países de la región y las empresas deben crear mejores sitios web que le ofrezcan al usuario mejores experiencias pues hay que aprender a aprovechar esta tendencia para el beneficio de nuestra estrategia de marketing.
9. En la categoría “servicios de carrera”, Colombia tiene el mayor alcance de la región, siendo la más exitosa que reúne las plataformas para buscar empleo. Según comScore, estos sitios tienen 33% de alcance y 40.3 páginas vistas por visitante, en promedio. El más visitado es Computrabajo, seguido de Sena.edu.co y elempleo.com. Este segmento representa una valiosa oportunidad para aprovechar.
10. Las fotos generan mayor engagement en Colombia. Esta tendencia no es exclusiva de nuestro país, ya que a nivel mundial también se ha comprobado que los posts que tienen imágenes son más exitosos que aquellos que tienen texto, links o videos. ComScore afirma que en Colombia las publicaciones con fotos en Facebook generan 87% más engagement. Un buen dato que debemos tener en cuenta para planificar las matrices de contenido de redes sociales.

Por lo que los esfuerzos que debe hacer una empresa en cuanto a las herramientas de comunicación empleadas, son mucho más grandes, generar contenido para muy distintas plataformas, conocer muy bien a los consumidores y tratar de llegar a ellas debido a que hay cantidades enormes de actos de recopilación de información para conectarse con el consumidor buscando ofrecerle las soluciones que necesita. Como lo expone Torres Maldonado, J. M. (2017b) quien señala que en España, concretamente en Málaga que el gran auge del Internet, ha permitido que las empresas lleven las campañas publicitarias a la web, hoy día se hace importante acceder a herramientas y servicios para el control del marketing digital, ya que la creación de una aplicación para obtener datos de publicidad online, permite gestionarlos de manera accesible y transparente, para la toma de decisiones y en la actualidad las empresas usan servicios de marketing digital, como es el caso de Google Adwords, ya que facilita el trabajo para desarrollar campañas publicitarias, modificarla si esta no está dando resultados, y otros aspectos relacionados con la creación de valor.

Flores Reyes, Y. I. (2017a) señala que en un estudio realizado a una empresa de cuero en El Salvador, llamada Arte en cuero Andrea conocida comercialmente por Andrely Calzado, mediante datos empíricos se determinó que no posee un plan estratégico de marketing digital y es un factor adverso y no competitivo, el estudio y análisis de la situación interna de Arte en Cuero Andrea frente a los entornos digitales, permitió conocer como es percibida la marca por el público objetivo, siendo estos resultados fundamentales dentro de toda la información recopilada, para la realización de una gestión efectiva en la búsqueda de las estrategias y tácticas que ayuden a la marca a obtener el reconocimiento y posicionamiento deseado. Al tener identificadas las plataformas digitales en las que la empresa debe tener presencia, se plantea la metodología a seguir para alcanzar los objetivos finales.

También es relevante conocer la importancia de la optimización de las redes sociales y su

transversalidad en las estrategias de marketing digital, pues estas se mezclan con los medios tradicionales y dan a conocer todos los puntos de contacto con el consumidor y las herramientas de marketing en función a las fases de decisión de compra, el conocimiento, la consideración, la acción, el uso, la experiencia, la opinión y la recomendación, en el cual por medio de las redes sociales, se tendría más fácil la información.

Saavedra, F. U., Criado, J. R., & Andreu, J. L. (2013) señalan que “aún no es claro el impacto del uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño de las empresas. Este trabajo examina dicho impacto con datos de empresas españolas. Mediante ecuaciones estructurales aplicadas a un multigrupo intenta determinar si la intensidad de uso de estas redes en el marketing modera la relación entre capacidades dinámicas, orientación al mercado y orientación emprendedora, y cuál es el impacto en su desempeño. Los resultados muestran que dicha intensidad modera la relación entre la orientación al mercado con el desempeño y con la orientación emprendedora. Una fuerte y decidida estrategia de marketing en las redes sociales puede potenciar estas relaciones y mejorar el desempeño”.

Por consiguiente el uso adecuado de las redes sociales, genera una ventaja competitiva frente al mercado, y proporciona oportunidades de consecución de nuevos clientes debido al flujo de información que se encuentra en estas plataformas virtuales, ya que los usuarios crean un perfil orientado a sus gustos y necesidades que dejan a disposición de las empresas que están en constante vigilancia de clientes potenciales y de sus actuales, para que estas generen estrategias de marketing eficaces que les permita la incrementación en las ventas teniendo como base la información de lo que los clientes prefieren.

Moschini, S. (2012) quien afirma que “el marketing en social media plantea nuevos desafíos para las marcas. Y no nos referimos únicamente a cuestiones de carácter técnico.

Conocer y saber utilizar las plataformas web es sólo uno de los puntos necesarios para ganar en el competitivo mundo del marketing online. Pero esto no es lo único que se requiere, y ni siquiera lo más importante. En un mercado dinámico, donde el cambio es algo natural, más que conocer las herramientas, lo imprescindible es entender la lógica de los nuevos procesos de interacción”.

Así pues, la generación de contenidos, no se debe basar principalmente en presionar al consumidor para que concrete la compra ni para que efectúe algún comentario acerca de la empresa, más bien, se debe demarcar valor relevante en el momento de la interacción con el consumidor para lograr atraerlo de manera acertada, y dependiendo del consumo que se tenga, se puede redireccionar la comunicación y hasta segmentarla para que le aparezca a usuarios que visiten contenidos parecidos y se tenga una relación más personalizada, pues según Barraza, J. (2015) “El Marketing H2H “human to human” es un marketing totalmente personalizado, ya no le hablas a un público en general sino a la persona por su nombre propio, conoces sus gustos, intereses, les mandas ofertas y está comprobado que la publicidad bien dirigida al correo de las personas tiene una tasa de conversión muy fuerte”.

Es debido a eso que constantemente se reciben ofertas a las bandejas de entradas de correos personales, puesto que las empresas utilizan la herramienta digital del Email Marketing, para ser efectivos y llegar a personas quienes realmente sienten afinidad por la empresa, aunque no compren el producto. Esta herramienta permite que el usuario se aliente a regresar y concretar la compra y hasta recomendar, pues las personas hoy en día comparten todo lo que les gusta y lo que no, haciendo que otras personas se informen acerca de las empresas y tengan su percepción, así que las estrategias que usen las empresas, deben considerar a todo el público posible que verá sus anuncios y enfocarse en realizar estrategias de fácil entendimiento y entretenimiento para que las personas no lo ignoren si no que se sientan atraídas y reciban

de forma correcta el mensaje. Como lo comenta García, I. (2011) “La potencialidad que tiene en las campañas de marketing actuales el marketing viral, desarrolla campañas utilizando el boca a boca on-line, “a través de mensajes persuasivos diseñados para ser difundidos de persona a persona, habitualmente vía correo electrónico” Sivera. (2008) y que constituyen un verdadero “virus” por la rapidez con que se propagan y a la velocidad que lo hacen.”

Dejando claro así la importancia que tiene el establecer el mensaje que se quiere transmitir de manera acertada, para que se entienda de la manera correcta y no tenga variación de interpretación aún si pase por muchas personas, pues el mensaje está muy bien estructurado.

APORTACIONES AL MARKETING DIGITAL

Se infiere entonces que el marketing digital, es una de las más efectivas herramientas que conllevan a la consecución de clientes, puesto que el mundo hoy es tele comunicativo y los medios virtuales son los más utilizados por gran parte de la población mundial y esto los hace fáciles y rápidos de manejar, dejando un sin número de oportunidades para dar conocer una marca, para conseguir clientes que no se podrían conseguir en los medios tradicionales debido a factores externos, entre otros beneficios que presenta al correcta utilización del marketing digital.

Ser una empresa sólida, que tenga muy en claro la cultura organizacional, adquiere ventaja ante la competencia debido a que la relación que se hace con el cliente, se vuelve más personal y sincera, donde las personas pueden llegar a sentirse identificadas con los servicios ofrecidos generando lealtad y recomendación como lo expone Luis Genaro Muñoz Ortega, Gerente General de la Federación de Cafeteros (2010) quien menciona que “En un mundo de marcas impuestas por creativos publicistas, muchas de ellas vacías y artificiales, Juan Valdez tiene quizá el mayor de los activos: su autenticidad y la legitimidad que le confiere el pertenecer a los productores de Café de Colombia”.

Así pues, una empresa que tenga muy en claro lo que son y lo que quieren lograr, establecen con más claridad las estrategias que les permitan alcanzar los objetivos marcados y presentan mayor número de clientes y aceptación dentro del mercado; también se debe procurar tener una relación interna efectiva, pues los trabajadores de la organización son los primeros clientes que se deben captar para que estos empleen su labor de manera eficaz y recomienden a su vez la empresa.

De acuerdo a datos empíricos, tomado de una entrevista en mayo 2017 en instalaciones de una tienda Juan Valdez. Se encontró que mientras una de sus trabajadoras sostiene que el posicionamiento de la marca está por encima del marketing digital como estrategia del marketing relacional, otras sostienen que el uso de las redes sociales ha generado más fidelidades de clientes pues estas últimas evidencian que la mayoría de consumidores comenta en el punto de venta, que se enteró de promociones, eventos y demás actividades que promociona Juan Valdez en sus redes sociales y que saben que en estas plataformas virtuales, consiguen siempre la información deseada y les permite comentar acerca de la experiencia que se tiene dentro de las tiendas, de los productos y del propio servicio al cliente; que además Juan Valdez se preocupa por tener información de sus clientes para tener a la mano las necesidades personales que estos tienen, para satisfacerlas correctamente “Las empresas que entienden Social Media son las que dicen: te veo, te escucho y me importas”. Trey Pennington. Por su parte según Flores Reyes, Y. I. (2017b) señala que de acuerdo a datos empíricos el Marketing Digital no consiste únicamente en el uso de redes sociales, independientemente si la pyme contrata externamente o no a una empresa especializada, estas deben saber de qué se trata todo y saber que es un sistema que debe integrar herramientas para tener presencia en internet y visualizarse por sus clientes, para fidelizarlos y para fortalecer la marca.

Entonces, las empresas deben conocer a su mercado objetivo, primeramente, darle

información de la empresa de manera que la capten como se quiere y por último recoger información de los consumidores para hacer mejores en los negocios y brindar un portafolio de beneficios para los clientes.

Túñez-López, M (2011) señalan que el establecimiento de relaciones consolidadas entre los usuarios que participan en los contextos sociales virtuales, y el ejercicio de prácticas vinculadas con el marketing viral, pueden alterar el proceso tradicional de producción informativa, ya que la agenda mediática se había construido con la participación del medio y sus fuentes, en la actualidad la participación de muchos usuarios en la red repercute en la creación compartida de contenidos y la difusión de técnicas virales, dichos contenidos no son información periodística, aunque cuando alcanzan repercusión son noticia y accediendo a los medios tradicionales y digitales, de manera que los propios usuarios promueven los contenidos que los medios seleccionan para elaborar el temario que dirigen a los ciudadanos. Este fenómeno se materializa en las elecciones federales de México de 2007, donde la participación política y ciudadana en los nuevos escenarios virtuales no solo acabó por modificar el temario de los medios tradicionales, sino por cambiar la realidad política del país.

Boyano, T. O & Machado, J.L. (2016, Pág. 87) La Logística de la información ha permitido que, desde los hogares, aunque el mundo todavía sea más agresivo, tenga accesos a un sin número de bienes y servicios, en Europa muchos usuarios pasan a recoger sus pedidos que ya han realizado desde su Smartphone, en Colombia las ventas a domicilio, las transacciones comerciales y el acceso a servicios públicos de transporte.

EL MARKETING DIGITAL Y SU INCIDENCIA EN EL MARKETING RELACIONAL. CASO JUAN VALDEZ CAFÉ

Una de las empresas que más representa a gran parte de Colombia es Juan Valdez; nació hace varios años con una imagen del caficultor y su mula llena de café, hoy día es una empresa

benefactora de los agricultores colombianos, acciona bajo tres factores que fortalecen la relación con sus consumidores: siendo el primer factor el escuchar, donde se conversa con el cliente y se le ofrece un servicio personalizado en el que Juan Valdez cuenta con un programa llamado Amigos de Juan Valdez que consiste en la acumulación de puntos para ser cambiados por sus productos generando una serie de beneficios; el usuario se debe registrar en la plataforma web de Juan Valdez y cumplir ciertos criterios para estar dentro de uno de los tres categorías de Amigos de Juan Valdez.

A su vez, el segundo factor es actuar con propósito, donde se invita a las personas a hacer parte de la empresa, tomar acciones por medio de la marca como el programa Juan Valdez Invita, el cual consiste en interactuar con el consumidor para crear acciones sociales y de experiencia relacionadas a la marca, junto a las personas participes de Amigos de Juan Valdez, como la entrega de kits escolares a la Fundación Formemos, eventos donde se conocen los nuevos productos y actividades para crear un lazo con los consumidores.

Y como último factor, se encuentra el contar historias memorables para generar admiración y aspiraciones recíprocas; en este caso el orgullo colombiano es uno de los factores claves de la empresa, y en sus plataformas virtuales lo quiere dar a entender exponiendo al conocimiento de todos sus usuarios, los orígenes de sus cafés, describe cada región, su historia, su cultura, los sabores, los perfiles de tazas y los empaques, las diferencias que tiene un café del Huila al de Santander, entre otros aspectos que le permite al consumidor, apreciar y sentir los productos más icónicos de Colombia.

La claridad visual colocada a disposición del consumidor, permite reconocer la percepción que estos tienen de la empresa y a través de esto, se logra identificar donde se deben realizar mejoras, establecer nuevos puntos de ventas que cubran las necesidades de sus consumidores y tener un portafolio amplio de productos para los gustos de cada cliente; como lo expresa.

Las redes sociales son efectivas porque permiten la cercanía a personas que sería muy difícil acceder a diario debido a su lejanía o disponibilidad de tiempo. Son un medio que la gran mayoría de personas utiliza, que lo hace ser uno de los medios más importante pues las empresas recurren a ellas para la difusión de sus anuncios, promociones y demás debido a la gran aceptación que estas tienen, y además el uso de estas plataformas virtuales genera compra y venta online, llegando así a ser una de las herramientas más efectivas del marketing digital.

Edwin García-Director de Mercadeo de Juan Valdez Café en una entrevista cedida al periódico El Tiempo (2014), mencionó que “Estamos conformando un ecosistema digital a partir de Facebook que es nuestra principal red social. Ya tenemos casi 2.2 millones de fans y somos la marca colombiana más fuerte en dicha red. Claramente es una herramienta central dentro de la estrategia de comunicación donde hablamos de las novedades, aperturas y lanzamientos de productos por lo que es fundamental para recibir retroalimentación. La cantidad de comentarios son impresionantes, el valor que tiene es incalculable para entender los gustos, las preferencias y las opiniones. Es un instrumento que nosotros utilizamos todos los días para entender un poco el sentir de los consumidores y queremos hacerlo más robusto para que nos ayude a configurar ofertas que sean más atractivas para los consumidores”.

CONCLUSIÓN

La empatía que genera Juan Valdez en el contenido de comunicación en el medio virtual, es fundamental para lograr impactar a los consumidores a quienes van dirigidos sus productos y servicios, al igual que representan lo que es la empresa pues la imagen de la empresa siempre está muy bien planteada, además la información encontrada en los medios virtuales de la empresa está correctamente estructurada para la facilidad de entendimiento e interacción de los consumidores, al mismo tiempo eso repercute en la calidad del servicio, siendo la

empresa innovadora y estratégica, mientras ue se termina este texto, los usuarios y la fidelización de usuarios sigue creciendo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Alet i Vilaginés, J. (2000). Marketing Relacional. Cómo obtener clientes leales y rentables.
2. Barraza, J. (2015) Gestión. Diario de Economía y Negocios del Perú. Cinco tendencias de marketing digital que definirán el desarrollo del e-commerce en el Perú Tomado de <http://gestion.pe/tendencias/cinco-tendencias-marketing-digital-que-definiran-desarrollo-commerce-peru-2124479>
3. Blog. Marketing digital desde cero. López, R (2013). Tomado de Marketing digital: definición y bases. <https://marketingdigitaldesdecero.com/2013/01/12/el-marketing-digital-definicion-y-bases/>.
4. Boyano, T. O & Machado, J.L. (2016) La Logística y la gestión de la información. Revista Cultural Unilibre. Cartagena. Colombia.
5. Comercio Electrónico Región de Murcia. Tomado de Tendencias. El avance del marketing digital (2009). <http://www.cecarm.com/marketing-online/tendencias/el-avance-del-marketing-digital-23138>
6. Cornejo, M., & Tapia, M. L. (2011). Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. Fundamentos en humanidades, 12(24), 219-229.
7. Datos empíricos. Tomado de Entrevista y observaciones en instalaciones de tienda Juan Valdez. (2017). Cartagena, Colombia.
8. Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Tomado de. Juan Valdez, más que una campaña publicitaria (2010). https://www.federaciondefcafeteros.org/clientes/es/sala_de_prensa/detalle/juan_valdez_mas_que_una_campana_publicitaria/
9. Flores Reyes, Yasmin Imelda y López Peraza, Estefani Yormeri (2017a) Diseño de plan de marketing digital caso práctico Arte en Cuero Andrea. Licenciatura thesis, Universidad de El Salvador.
10. Flores Reyes, Yasmin Imelda y López Peraza, Estefani Yormeri (2017b) Diseño de plan de marketing digital caso práctico Arte en Cuero Andrea. Licenciatura thesis, Universidad de El Salvador.
11. Joost Scharrenberesg (2015) 10 tendencias del marketing digital en Colombia. Tomado de <http://www.the-emagazine.com/ecommerce/categoria-115-analisis-de-mercado/2502-noticia-10-tendencias-del-marketing-digital-en-colombia>
12. Marcos Blázquez, A. (2013). Metodología para la elaboración de un plan de marketing: propuesta de aplicación de las herramientas de marketing digital en la biblioteca IE (Doctoral dissertation, Universidad Complutense de Madrid).
13. Mesa editorial Merca2.0. El avance de marketing de contenidos (2013). Tomado de <https://www.merca20.com/el-avance-del-marketing-de-contenidos/>
14. Moschini, S. (2012). Claves del marketing digital. La nueva comunicación empresarial en el mundo, 3.
15. Página web Juan Valdez café. Tomado de Sala de Prensa (2014) <http://www.juanvaldezcafe.com/es-co/juan-valdezc-afe-supera-los-2-millones-de-seguidores-y-se-consolida-como-la-marca/>
16. Periódico El Tiempo online (2014) La nueva estrategia de Juan Valdez Café. Entrevista a Edwin García-Director de Mercadeo de Juan Valdez Café. <http://blogs.eltiempo.com/digital-jumper/2014/06/16/la-nueva-estrategia-de-juan-valdez-cafe/>
17. Revista Geminis. Tomado de Marketing Digital Multimedia: Nuevos Formatos y

- Tendencias. García, I. (2011) <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/76/pdf>
18. Rincón, A. (2015). 10 Tendencias de Marketing Digital en Colombia que no debería ignorar, Recuperado en <https://www.publicar.com/blog/10-tendencias-de-marketing-digital-en-colombia-que-no-deberia-ignorar>.
 19. Saavedra, F. U., Criado, J. R., & Andreu, J. L. (2013). El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial. Cuadernos de administración, 26(47), 205-232.
 20. Torres Maldonado, J. M. (2017a). Sistema para la gestión de marketing digital. (Tesis de pregrado) Universidad de Málaga. Málaga.
 21. Torres Maldonado, J. M. (2017b). Sistema para la gestión de marketing digital. (Tesis de pregrado) Universidad de Málaga. Málaga.
 22. Túñez-López, M., García, J. S., & Guevara-Castillo, M. (2011). Redes sociales y marketing viral: repercusión e incidencia en la construcción de la agenda mediática. *Palabra Clave*, 14(1), 53-66. DOI: 10.5294/pacla.2011.14.1.3

IMPACTO DEL MARKETING TURÍSTICO EN EL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE CARTAGENA DE INDIAS

Laura Delgado, Katherin Doria¹

RESUMEN

El siguiente texto aborda el efecto que tiene el marketing en el turismo y específicamente a los hoteles del Centro histórico de Cartagena, determina que es un turista, cuál es su perfil, aspectos relacionados con el marketing y el marketing turístico e Investigaciones realizadas del marketing turístico en Europa y América, al igual que problemas del marketing turístico.

PALABRAS CLAVE

Turismo, marketing, marketing internacional, tipología del turista, turista.

ABSTRACT

The following text addresses the effect that marketing has on tourism and specifically the hotels in the historic center of Cartagena, determines that it is a tourist, what is its profile, aspects related to marketing and tourism marketing and Research conducted on tourism marketing In Europe and America, as well as tourism marketing problems.

KEYWORDS

Tourism, marketing, international marketing, tourist typology, tourist.

INTRODUCCIÓN

En los años 70s y 80s se oía en la radio una canción de Piero llama los americanos, y decía que cuando son mayorcitos viajan de turistas por el mundo, hoy día Cartagena de Indias es una ciudad turística en donde llegan muchos turistas de otras partes del mundo y se incluye Estados Unidos. La ciudad tiene de segundo renglón líder en la actividad económica al sector turístico y, no obstante, se enfrenta a ciertos problemas de inseguridad, carencias y lucha contra el desempleo, el artículo se hizo mediante revisión bibliográfica, triangulación de la información y entrevistas estructuradas a personas versadas en el tema hotelero de la ciudad de Cartagena de Indias. El turismo se utiliza en todos los medios de comunicación es por eso que nos hacemos el siguiente interrogante:

¿QUÉ ES EL TURISMO?

La actividad turística es concebida como el movimiento de gente a destinos fuera de su lugar habitual de trabajo y residencia, las actividades realizadas durante su estancia en estos destinos y los servicios creados para atender sus necesidades. (Santana, A. 1997, p.52).

El turismo ocurre cuando una persona deja su entorno normal de trabajo y vida y se dirige hacia otro ambiente para realizar diferentes actividades allí, independientemente que tan cerca o lejos es. En

¹ Estudiantes de VI semestre del programa de Mercadeo de la Universidad Libre, asesoradas por los profesores Yesid De la Espriella y María Cristina Bustillo.

ese momento es un visitante y cuando se realiza esta visita es turismo. (Johnson, K. 2017).

El otro concepto relevante en el tema central del artículo que presentamos es el de Marketing, aplicado al turismo por lo que nos hacemos la pregunta :

¿QUÉ ES MARKETING TURÍSTICO?

Encontramos algunas definiciones y percepciones que destacamos como las siguientes. “La discusión acerca de qué es marketing es continua. La siguiente definición de marketing propuesta por Grönroos (2006) es particularmente adecuada en el contexto del turismo:

Marketing es un enfoque al cliente que permea las funciones y procesos organizacionales y está orientada a hacer promesas a través de la propuesta de valor, permitiendo el cumplimiento de las expectativas individuales creadas por tales promesas y cumpliendo tales expectativas mediante el apoyo a los procesos de generación de valor de los clientes, apoyando la creación de valor en los procesos de la empresa, así como de sus clientes y otros interesados.” (Dolnicar & Ring. 2014)

“El marketing turístico es el especializado en las áreas y empresas especializadas en el negocio del turismo. Desde playas a centros comerciales, este se encarga en volver atractivos y turísticos varios sitios diseñados en esta índole. el marketing turístico emplea métodos y estrategias para publicar no solo sitios turísticos, si no también hoteles y similares en esa rama.” (Rousslin, J. 2013)

“Este tipo de marketing fue desarrollado con base a una creativa adaptación de la teoría general de mercadeo.” (Kabus, J. 2015)

IMPORTANCIA DEL MARKETING TURÍSTICO

“El marketing puede jugar un rol importante direccionando la demanda turística hacia los lugares donde se podrían satisfacer de manera más eficiente. Los métodos para vender atrac-

ciones turísticas, políticas adecuadas de precios y las estrategias psicológicas para influenciar a los clientes por medio de publicidad pueden influenciar pueden fomentar la visita de lugares y regiones menos populares.

La influencia del marketing sobre el consumidor está conectada con la realización de funciones de información. Se basan en la entrega de información sobre el valor en uso del producto ofrecido en un mercado turístico, el lugar y los medios de adquisición.” (Kabus, J. 2015)

Nos hacemos de igual manera la pregunta sobre el concepto de turista y tratamos de dar respuesta así :

QUÉ ES UN TURISTA

Un turista es una persona que visita un lugar por placer e interés. (Cambridge Dictionary. 2017).

“Este libro amplía uno de mis argumentos anteriores que sostiene que el turismo es un fértil terreno de cultivo para la generación de nuevas formas culturales sobre una base global. 1 En nombre del turismo, verdaderas hordas de personas, urbanitas y modernizadas, se han desplazado hasta las zonas más remotas posibles del planeta, destinos más lejanos incluso que a los que se haya podido enviar jamás a cualquier ejército. No sólo se han creado instituciones para prestar apoyo a este despliegue, como hoteles, restaurantes y sistemas de transporte, sino que también se han llevado a cabo restauraciones de santuarios antiguos, se ha desarrollado la artesanía local para venderla a los turistas y se han realizado rituales para representarlos como espectáculo ante ellos.

En resumidas cuentas, el turismo no es sólo un componente adicional de las actividades meramente comerciales, sino que también es un marco ideológico de la historia, la naturaleza y la tradición, un marco que tiene la capacidad de readaptar la cultura y la naturaleza a sus propias necesidades.” (Ibáñez, R., & Rodríguez Villalobos, I. 2012), además sostienen las siguientes tipologías de turismo:

TIPOLOGÍAS DEL TURISMO

La actividad turística se clasifica de acuerdo al componente espacial, temporal o incluso de acuerdo al propósito del viaje. Cada modalidad engloba un grupo amplio de actividades.

TURISMO TRADICIONAL

Se sustenta principalmente en el turismo masivo y en el desarrollo de grandes instalaciones de alojamiento y esparcimiento. Los turistas que practican este tipo de turismo regularmente presentan hábitos consumistas y demandan servicios sofisticados. Las actividades que mayormente lo caracterizan son según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2005), la visita a playas y grandes destinos turísticos o bien, a ciudades coloniales o de atractivo cultural situadas regularmente en grandes ciudades.

TURISMO ALTERNATIVO

Es una corriente de turismo que tiene como objetivo la realización de viajes donde el turista participa en actividades recreativas de contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas, respetando los patrimonios natural, cultural e histórico del lugar que visita. Presupone que los organizadores están conscientes de los valores naturales, sociales y comunitarios, y que los turistas desean interactuar con la población local. Esta modalidad de turismo está conformada por actividades que en su nombre indican su característica principal: turismo cultural, turismo rural, agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura, turismo cinegético, entre otros.

ORIGEN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

El turismo es una actividad tan antigua como la humanidad, pues desde hace miles de años nuestros antepasados ya realizaban viajes. En la época moderna, sin embargo, el surgimiento de nuevos medios de comunicación como el ferrocarril y el avión generaron un cambio

radical en esta actividad, derivando en la aparición del llamado turismo masivo. Según varios autores, este surge después de la segunda guerra mundial y ha crecido desde entonces de manera incesante.

LOS IMPACTOS SOCIOCULTURALES Y AMBIENTALES DEL TURISMO.

Los impactos de esta actividad pueden ser de diversas magnitudes en función de su origen y de las variables que se vean afectadas. Aunque en la práctica resulta difícil medirlos, en teoría es relativamente sencillo identificar algunos de los factores determinantes de su magnitud. Por mencionar algunos: el volumen de llegada de turistas, la estructura y arraigo cultural de la localidad receptora, las características del medio ambiente, la estructura de la economía receptora y la estructura política del país y comunidades receptoras.

En la práctica se ha comprobado que cuando esta actividad no se lleva a cabo bajo los principios básicos de sustentabilidad tiende a generar efectos negativos sobre el medio ambiente. Por citar algunos ejemplos: urbanización de zonas naturales o no integrada en el paisaje, sobre-utilización del recurso agua, problemas relacionados con el tratamiento de los desechos sólidos, contaminación del agua, destrucción de monumentos históricos, contaminación del aire por el uso de vehículos y calefacción, cambios en el paisaje para favorecer actividades de ocio como el golf o el esquí, etc.

Desgraciadamente, estos procesos son más graves en los países en vías de desarrollo, particularmente porque las normativas medioambientales suelen ser más laxas para favorecer la industria turística y se permite la especulación económica de los recursos naturales.

“Un «verdadero» turista es aquella persona que deja su domicilio desde una noche hasta varios meses, que se encuentra en tiempo de vacaciones, es decir de «no trabajo», y que viaja por motivos de ocio o de recreación que conducen a varias prácticas, como descansar

en una playa, conocer otras culturas, subir montañas, etc. Este viajero está entonces en una situación de ruptura con su vida cotidiana y para eso, realiza una inversión más o menos importante en dinero y energía, inversión que en algunos casos querrá rentabilizar.” (Raymond, N. 2004).

A MANERA DE CONCLUSIÓN

De acuerdo a la tipología del turismo, son pocos los hoteles que trabajan con esos referentes, entre los que destacamos el Hotel Las Américas y el Santa Clara en Cartagena, ya que apoyan los recursos naturales y tiene un entorno adecuado a las expectativas de los turistas, aunque faltan políticas públicas que permitan desarrollar más las actividades turísticas; no desconocemos la importancia de algunas corporaciones como CNT, y su deseo de ofrecer una ciudad mejor a los turistas.

Los hostales, sitios de hospedaje son reconocidos por la tradición de turistas y cada temporada traes turistas, aunque ha venido cambiando y ya no solo llega el turismo de cruceros, si no turistas exploradores a los que se les llama mochileros, turistas que viene a estudiar, a divertirse, a eventos, a conocer los sitios históricos.

En estudio realizado por Bustillo, Cardona y De la Espriella relacionado con el sector hotelero han gestado la Ruta Museo, turismo alternativo en Cartagena dada la creación de museos en la ciudad de Cartagena de Indias.

La competencia de la para hotelería ha sido ya parte de la tradición en done deben convivir los cartageneros y prestar, si acaso se puede, un mejor servicio al turista.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Barometro OMT, 2012.

2. B. Ibáñez, R., & Rodríguez Villalobos, I. (2012). Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo. *IVANOVA, A. et IBANEZ, R., Medio ambiente y política turística en México, 1, 17-33.*
3. Cambridge University Press. (2017). Cambridge online dictionary, Cambridge Dictionary online. Recuperado el 25 de abril de 2017. Disponible en: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/tourist>.
4. Dolnicar, S., & Ring, A. (2014). Tourism marketing research: Past, present and future. *Annals of Tourism Research, 47, 31-47.*
5. Johnson, K. (2017). What is tourism Marketing? *Houston Chronicle*. Recuperado el 24 de abril de 2017. Disponible en: <http://smallbusiness.chron.com/tourism-marketing-56473.html>.
6. Kabus, J. (2015). Marketing in Tourism. *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research, 5(1).*
7. MacCannell, D. (2007). *Lugares de encuentro vacíos*. Barcelona: Melusina.
8. Raymond, N. (2004). Geopolítica del desarrollo turístico en América Latina. *Cuadernos Geográficos, 35(2), 55-72.*
9. Rousslin, J.(2013) ¿Qué es el marketing turístico?. *Todo Marketing*. Recuperado el 19 de abril del 2017. Disponible en <http://www.todomktblog.com/2013/06/mkt-turistico.html>
10. Rousslin, J. ¿Qué es el marketing turístico? *Todo Marketing*. Recuperado el 19 de abril del 2017. Disponible en: <http://www.todomktblog.com/2013/06/mkt-turistico.html>

FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE EN SUPERMERCADO OLÍMPICA PIE DE LA POPA A TRAVÉS DEL MARKETING DE SERVICIO

Yesid Romero Orzco¹

RESUMEN

Este artículo que trata sobre la fidelización del cliente del supermercado olímpica pie de la popa a través del marketing de servicio siendo esta una de las cadenas de ventas de tal más grandes de Colombia; esta compañía es líder en la comercialización de productos de consumo masivo brindándole al consumidor una variedad de productos que pueden encontrar. Aquí podemos analizar mediante este artículo, las diferentes estrategias que plantea el marketing de servicio y las estrategias que utiliza olímpica para fidelizar a sus clientes ofreciéndoles una mejor atención y un mejor servicio.

PALABRAS CLAVE

Marketing de servicio, Olímpica, Fidelización, estrategias.

ABSTRACT

This article which discusses the Olímpica supermarket customer loyalty foot Stern dare marketing service being one of Colombia's largest sales in such chains; This company is a leader in the marketing of consumer products offering consumers a variety of products that can be found. Here we analyze through this article, different strategies that raises service marketing and strategies using Olympic to retain its customers offering them better care and better service.

KEYWORDS

Marketing service, Olímpica, loyalty, strategies.

INTRODUCCIÓN

En la evolución histórica del marketing como disciplina académica puede decirse que el termino marketing aparece en el ámbito a comienzo del primer decenio de 1900, aunque el origen del concepto es una cuestión de controversia entre autores ya que no suelen ponerse de acuerdo ni en la época ni el país de origen, pero justo a la interesante revisión temporal nuestro interés se centra más en los antecedentes del marketing de servicio durante la historia y cómo ha evolucionado dándole aporte a los clientes desde el punto de vista del marketing. En este sentido entenderemos por marketing de servicio aquellas actividades identificables e intangibles que es el objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción y necesidades de los consumidores. Se hace un rastreo de dos grandes investigadores Oliva y Gronroos quienes tiene una prolija producción relacionada con el servicio al cliente.

El principal elemento diferenciador del marketing de servicios radica en la intangibilidad de los productos y muy importante es no confundirlo con lo que se denomina Valor añadido o Variables diferenciadoras.

¹ Miembro activo del Club de Marketing, estudiante de V Semestre de Mercadeo Universidad Libre, sede Cartagena.

Dentro del marketing de servicio los servicios son intangibles, por lo que se puede gustar, sentir, ver, oír, u oler los servicios antes de adquirirlos, se puede y de hecho existe el neuromarketing.

Se debe tener en cuenta que el cliente como elemento central dentro del marketing de servicio a la hora en que la empresa quiere penetrar en los gustos de los clientes antes de comprar un producto esto conlleva a un sin número de estrategias comerciales para así lograrlo esto quiere decir que el marketing de servicio debe tener en cuenta la naturaleza preponderadamente intangible del servicio un concepto relacionado con este tema es el marketing mix conocido como mezcla de mercadotecnia que es un conjunto de variable o herramientas que tienen los responsables para cumplir las metas propuestas por la empresa este debe por tanto reafirmarse como un proceso de intercambio entre organización y consumidores.

Llegado a este punto conviene clarificar el concepto de servicio ya que llega a confundirse con el elemento complementario y de atención que lleva agregado todo producto e incluso todo servicio (entendiendo como tal el producto intangible); por eso, la experiencia aconseja decir valor añadido aportado a un producto, en vez del servicio que tiene un determinado producto, según González Pascual, A., & Rodríguez Prieto, R. (2015) señalan que Oliver Wendell Holmes asegura que el actual reto del marketing y los cambios que se producen vienen condicionados principalmente por:

- *Mayor formación e información del consumidor complementado con un mejor nivel de renta, por lo que los hábitos de compra cambian y un cliente se decide por un producto más por su valor añadido que por su propia funcionalidad, de ahí el protagonismo del marketing de percepciones.*
- *La proliferación de los medios de comunicación social y la segmentación de los mercados hace que la publicidad masiva como hasta ahora estaba configurada dé*

un mayor protagonismo a lo que desde los inicios de los años 80 vengo aconsejando: comunicación integral.

- *La venta de un producto o servicio de forma aislada deja de ser el centro de interés de la empresa para orientarse más a aprovechar la relación a largo plazo del cliente, es el denominado marketing de relaciones.*

Torres, V. C. P. (2010). Señala que el marketing de servicio nace por la necesidad de las empresas en brindarle al consumidor más allá de un producto o servicio; si bien es cierto que cualquier estrategia de marketing es única, en alguna forma porque es específica para algunas organizaciones determinadas.

No se puede desconocer que existen diferencias entre las estrategias aplicadas en el marketing de servicio, pero algo claro es que las estrategias del marketing de servicio dentro de la empresa están basadas en este caso para fidelizar a los clientes y las mejores o fallas que puede tener una empresa a la hora de prestar un servicio cuando el productor del producto es indispensable al servicio mismo.

Lo anterior conlleva a ofrecer al consumidor una opción más restringida a la hora de comprar por eso las empresas deben adaptar a sus estrategias la integración del consumidor en las decisiones de marketing esto lleva al consumidor a alcanzar un nivel de confianza y vínculo con la empresa dándole un respaldo la hora de compra una empresa para alcanzar el éxito y que quiera ser competitiva no puede estar de espalda a la realidad por ello debe contar en todo momento con fuentes de información de sus clientes evaluando así que le gusta el cliente que puede gustarle y así brindarle un buen servicio.

Una vez más vamos a referirnos al carácter interdisciplinario del marketing para abordar, ya que algunos autores consideran que este marketing es diferente al realizado al sector de consumo.

MARKETING DE SERVICIO EN ALMACENES OLÍMPICA

De ahí podemos decir que supermercado Olímpica, localizado en el barrio Pie de la popa de la ciudad de Cartagena de Indias, es una empresa que le brinda un buen servicio a sus clientes para así llevarlos a un nivel de satisfacción y procurar que a la hora de su compras ellos se sientan bien por ende el consumidor vuelve a la tienda por la grata experiencia que allí tuvo, la estrategia de supermercados olímpicas para fidelizar a sus clientes es a través de las tarjetas de puntos que esta maneja, plataformas virtuales, y bases de datos que constante mente están informando al consumidor de todo tipo de ofertas y al día de lo que el almacén le puede brindar este es una forma efectiva de o más bien una estrategia que utilizan para persuadir al cliente de una u otra manera para que valla a comprar dándole variedad y penetrándose en la mente del consumidor de cualquier forma acostumbrando al cliente por así decirlo a frecuentar este supermercado.

La clientela y sus expectativas necesitan una atención distinta en cada uno de los establecimientos, como se dice en el ambiente de los llamados marketeros, "el target de los supermercados es el cliente" y para todos los casos, no está dispuesto a soportar varias horas de trancón en el acceso a la infraestructura y dentro del supermercado o tienda y para conseguir alimentos o artículos de primera necesidad. El hipermercado responde a los intereses de tenderos y de aquellos consumidores que busquen en un solo lugar un mayor volumen de diferentes tipos de productos.

De esta lógica señala Arango Guzmán, M. A. (2016) que podría desprender la idea de que el precio es otra de las armas con las que cuenta el supermercado para ganar en la guerra de captación de clientes. Sin embargo, estudios de la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) señalan que la principal herramienta para tal efecto no la determinan tanto los precios como la calidad del servicio, como dice Philip Kotler:

“Que es importante proponer una ampliación del concepto de marketing, sin mencionar una diferencia al expuesto en cualquier momento”

El concepto central del marketing se forjó y desarrolló en el sector de los productos de consumo masivo. Esto explica por qué las técnicas, herramientas, conceptos y enfoques de gestión tradicionales del marketing responden con precisión a las necesidades que plantea la comercialización de ese tipo de productos.

Por ello, la justificación habría que buscarla en la propia práctica, ya que la experiencia viene demostrando que al actuar sobre un mercado de productos debo utilizar las mismas estrategias y herramientas de trabajo que si actuara en uno de servicios, la única pero importante diferencia, vendría marcada por la adaptación que se hiciera de éstas al sector específico los compradores de productos y servicios actúan movidos por las mismas motivaciones básicas (seguridad, economía, confort etc.)

Las diferencias entre un mercado y otro son solo matices y diferencias operativas no conceptuales, en pocas palabras las mismas técnicas que se utilizan para vender cigarrillos o automóviles pueden utilizarse para vender gestiones financieras, seguros, viajes, etc. Estos planteamientos nos conducen a una visión global e igualitaria de productos y servicios. Sin embargo, he de insistir, por su importancia, en la palabra clave de adaptar frente a la errónea de adoptar.

El profesional del marketing debe ser consciente de que la utilización de las diferentes herramientas de trabajo debe ser acorde al mercado y sector en que operemos en consecuencia, el marketing de servicio debe entenderse como una ampliación del concepto tradicional, con el objetivo de satisfacer las demandas y necesidades de los usuarios, pero en función de las características específicas del sector.

En el caso de la empresa en estudio abordase el tema desde el servicio, por lo que se necesita

indagar el concepto de bien y diferenciarlo del concepto servicios, al respecto se anota que “un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios” (Fisher y Navarro, 1994, p. 185).

Mientras que el concepto de servicio que es clave en los países que comienzan a cambiar la vocación agrícola y a emerger como países en crecimiento, se define el concepto como lo señalan así, “es el trabajo realizado para otras personas” (Colunga, 1995, p. 25).

Otra definición de servicios la encontramos así, “es el conjunto de actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen para su venta o que se suministran en relación con las ventas” (Fisher y Navarro, 1994, p. 175).

La complejidad del concepto nos lleva a inferir que servicio, puede definirse también así “es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa y su producción puede estar vinculada o no con un producto físico” (Kotler, 1997, p. 656), otros involucran aportes señalando que “es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo (Horovitz, 1990, p. 7 (citado por Oliva, E. J. D. (2005)).

Se insiste en los aportes relacionados a la relevancia del concepto atención al cliente que es fundamental ya no solo dentro del marketing comercial, sino también en cualquier prestación de servicios, pues genera fidelización de usuarios, al respecto, se dice que “el servicio al cliente, es una gama de actividades que, en conjunto, originan una relación” (Gaither, 1983, p. 123 citado por Oliva, E. J. D. (2005)).

“El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo

en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional” (Lovelock, 1990 (p. 491 citado por Oliva, E. J. D. (2005)).

Al agregar lo antedicho a la definición propia de marketing de servicio, se puede plantear una definición para marketing de servicio y adicionalmente establecer los medios y su objetivo. Marketing de servicio es el establecimiento y la gestión de una relación de mutua satisfacción de expectativas entre el cliente y la organización.

Para ello se vale de la interacción y retroalimentación entre personas, en todas las etapas del proceso del servicio. El objetivo básico es mejorar las experiencias que el cliente tiene con el servicio de la organización. Es necesario anotar la importancia de lo planteado por Lovelock, en la citada definición, pero se debe aclarar que esto hace parte de la gestión de la calidad del servicio y, por ende, de la implementación de sistemas integrados de gestión de la calidad (un enfoque más estratégico que operacional).

La medición de la calidad del servicio ha suscitado algunas diferencias de criterio. La principal hace referencia a qué es lo que realmente se está midiendo. En general se encuentran tres tendencias de constructos que se usan para evaluar la calidad del servicio: calidad, satisfacción y valor. La investigación en el área se ha centrado básicamente en calidad y satisfacción; el valor es el concepto con más bajo nivel de estudio hasta el momento.

Grönroos (2001) reconoce que la línea que separa las evaluaciones de la calidad de las otras tendencias de evaluación de experiencias de servicio no está muy bien definida. Para los propósitos de este trabajo se tomará únicamente el concepto de calidad.

- Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles; solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar

definida solamente en términos del agente (Deming, 1989).

- A partir de los aportes de la Escuela Nórdica de Estocolmo (Grönroos y Gummesson, 1985), se dio mayor importancia al proceso de intercambio, el cual no se explicaba completamente desde la perspectiva económica, y se resaltó la idea de que cliente y empresa no podían ser vistos de forma separada, sino que estaban involucrados en la co-creación de valor (Lusch y Vargo, 2014).
- Quien entiende a los servicios como procesos conformados por actividades en los cuales los clientes tienen una participación relevante como co-creadores de propuestas de valor, y donde el consumo y la producción son difícilmente separables. (definición de Grönroos, 2005)

CONCLUSIÓN

Sin lugar a dudas la empresa en estudio ha mejorado sus procesos de atención al cliente, dando una respuesta rápida y oportuna, gracias a la Gerencia y el control sobre las inquietudes de los clientes, su buena relación con los proveedores, su tradición y crecimiento en el Caribe y gran parte del territorio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Arango Guzmán, M. A. (2016). La venta directa, una oportunidad de negocio para Almacenes Flamingo SA.
2. Colunga, C. (1995). La calidad en el servicio. *México: Panorama Editorial*, 122. México.
3. Deming, W. E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis*. Ediciones Díaz de Santos.
4. Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Ediciones Díaz de Santos.
5. Grönroos, C. (2001). The perceived service quality concept—a mistake?. *Managing Service Quality: An International Journal*, 11(3), 150-152.
6. Grönroos, A., Kyllönen, H., Korpijärvi, K., Pirkonen, P., Paavola, T., Jokela, J., & Rintala, J. (2005). Ultrasound assisted method to increase soluble chemical oxygen demand (SCOD) of sewage sludge for digestion. *Ultrasonics Sonochemistry*, 12(1), 115-120.
7. González Pascual, A., & Rodríguez Prieto, R. (2015). *Caos digital y medios comunes. Transformaciones de la comunicación social en el siglo XXI*. Librería-Editorial Dykinson.
8. Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. C., Carrión, M. A. S., & Avalos, M. M. (1997). *Mercadotecnia para hotelería y turismo*. Prentice-Hall Hispanoamericana.
9. Navarro, F. L. Y. A. (1994). Introducción a la investigación de mercados. Mc Graw Hill. México D.F. México.
10. Oliva, E. J. D. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista Innovar Journal Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(25), 64-80.
11. Oliva, E. J. D. (2005)2. Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista Innovar Journal Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(25), 64-80.
12. Oliva, E. J. D. (2005)3. Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista Innovar Journal Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(25), 64-80.
13. Torres, V. C. P. (2010). *Calidad total en la atención al cliente*. Ideaspropias Editorial SL. España.
14. Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2014). Service-dominant logic. *What it is not, What it is*.

LOGÍSTICA Y GESTIÓN INTERNACIONAL

ANÁLISIS DE MEJORAMIENTO PARA LA LOGÍSTICA EXTERNA DE LA EMPRESA MUEBLES JAMAR S.A

Daniela Puello Quiroz¹

“Los líderes de logística deben desarrollar habilidades que permitan comunicarse en el mismo lenguaje con las áreas comerciales y financieras y de forma conjunta definir objetivos globales – comunes.”

Andrés Castaño, Gerente Estrategia de Operaciones de Sintec Colombia

RESUMEN

En el presente artículo se analizará la situación actual de la empresa muebles Jamar S.A con el fin de proponer mejoras para el buen desempeño de la logística externa de la misma.

El enfoque de la logística es el satisfacer las expectativas del consumidor relacionados con el suministro, involucrando condiciones de servicio, costo y calidad en cada una de las fases del proceso también, por eso emplea o utiliza: medios de transporte, Tecnologías de información, recursos humanos, entre otros, dando respuesta a los clientes de manera oportuna, mediática y con liderazgo y competitividad.

PALABRAS CLAVE

Logística, Distribución, Cadena de Abastecimiento, Proveedores, almacenamiento, operadores de transporte, clientes.

ABSTRACT

This article will analyze the current situation of the furniture company Jamar S.A with the purpose of proposing improvements for the good performance of the external logistics of the same.

The logistics approach is to satisfy the consumer expectations related to the supply, involving conditions of service, cost and quality in each of the phases of the process as well, that is why it uses or uses: means of transport, information technologies, resources Human, among others, responding to clients in a timely, media and with leadership and competitiveness

KEYWORDS

Logistics, distribution, supply chain, suppliers, storage, transport operators, customers.

INTRODUCCIÓN

Desde años atrás la logística nació con la industria militar en el decenio de los 50's. La estructura militar, desde sus inicios, se ha caracterizado por sus esquemas rígidos y organizados en sus actividades que los que ha llevado a desempeñar acciones de tipo logístico, se hizo un decenio

¹ Miembro activo del Club de Marketing liderado por el Dr Albeiro Berbesi Urbina. Estudiante de V Semestre de Mercadeo. Universidad Libre. Orientada por docente Teofilo Omar Boyano quien lidera la Línea de investigación en Gestión de las Organizaciones y la logística.

antes de que se empezara a hablar de dicho término para los negocios, cabe resaltar que los militares desarrollaron actividades logísticas básicas como el aprovisionamiento, almacenaje, y administración de sus recursos para la guerra.

En Europa y a nivel mundial existen organizaciones que promueven las actividades relacionadas con la logística en sí; como señala (Ocampo; 2009) quien sostiene que actualmente, la logística tiene diferentes instituciones que velan por las buenas prácticas en su desarrollo a nivel mundial, entre los que se encuentran el Council Logistics Management Professionals (CSCMP) y la European Logistics Association (ELA) que reúnen a los líderes logísticos en cada uno de los continentes.

Según Boyano, T. O.F. (2015, pág.100) “El mundo se enfrenta a los problemas de las economías globales y sus retos, la Comunidad Económica Europea hace grandes esfuerzos por rescatar a España y Grecia, en medio de la aldea global los países y gobiernos se han dado cuenta que la dependencia es cada vez mayor, por eso la importancia de la logística y su cadena de suministro”.

A través de la historia, la comunicación ha sido un elemento clave para las organizaciones, es así como Fram, T. O. B. (2016) señala que desde el inicio los aborígenes se preocuparon por llevar mensajes que pasó desde los que tenían los indígenas, teniendo como instrumento al hombre. Con el avance del telégrafo la información llega más rápido, gracias al telegrafista del Titanic pudo salvarse algunos pasajeros del naufragio más gran de la historia.

Señala además Fram, T. O. B. (2016)² que la Logística de la información ha permitido que, desde los hogares, aunque el mundo todavía sea más agresivo, tenga accesos a un sin número de bienes y servicios, en Europa muchos usuarios pasan a recoger sus pedidos que ya han realizado desde su Smartphone, en Colombia las ventas a domicilio, las transacciones comerciales y el acceso a servicios públicos de transporte.

No obstante, la logística es uno de los enfoques para alcanzar ventajas competitivas y podemos identificar o analizar con mayor fuerza que los clientes cada vez tienen mayor información respecto a costos, calidad, servicio de los productos que adquieren a sus determinados productores.

Es por esto que el estudio de la logística de distribución de productos terminados depende en parte del análisis de las preferencias del mercado por el producto o servicio ofrecido, el establecimiento correcto de las rutas y canales de distribución, el seguimiento durante los procesos de producción, para garantizar la entrega rápida, oportuna y en las mejores condiciones del producto al usuario final lo que permitirá ponerle el frente a la competencia.

En el presente artículo mediante la revisión de referentes y tomando como estudio de caso se analiza la importancia de los procesos logísticos que ha venido desarrollando la empresa muebles Jamar S.A que corroboran o comprueban la teoría aprendida dentro de la investigación.

A manera de antecedentes Jamar es una empresa moderna y en crecimiento, con más de 60 años de experiencia reflejado en lo que hoy se conoce como centro de distribución mobiliario líder en Colombia CENDIS Jamar, uno de los más grandes en Latinoamérica.

“Con esta infraestructura, se logra cumplir con el 98% de las entregas, productivas para todos los aliados, en forma perfecta, y llevando a los hogares de los clientes sus pedidos en 3 días o menos”.

Esta empresa se encuentra comprometida con entregar a sus consumidores productos con la más alta calidad y en la constante innovación de sus diseños, teniendo en cuenta que sean 100% estéticos, que expresen agrado, confort y sobretodo que tengan la calidad y durabilidad de sus productos.

Como se ha dicho anteriormente, la logística ha venido evolucionado durante años, lo cual hace

que consideremos este término en el presente, se define también como: la coordinación y el control del flujo de bienes y servicios de manera eficiente y eficaz a través de la cadena de abastecimiento, desde el punto de origen hasta el punto de consumo (Ballou, 2004).

Posteriormente, es posible afirmar que la logística reúne todas aquellas actividades que tienen un impacto en ese proceso, con el fin de llegar al consumidor en el lugar y momento indicado. Por otra parte, según Ross (2000), otra definición de logística

“Consiste en separar en dos regiones independientes, pero estrechamente relacionadas, las gestiones de entrada y salida de la logística. Aunque sean funciones diferentes son consecuentes debido al flujo de materiales”.

Se puede resaltar, que la logística se ha consolidado como un elemento clave que contribuye al posicionamiento estratégico de las empresas. Hoy en día, la agilidad que tienen las compañías para adaptarse, les ayuda a perfilar la oferta según la demanda del producto, además ayuda a lograr tiempos cortos de entrega y ofrecer precios competitivos como lo comenta (Trujillo, 2010).

“Así mismo, la logística no es sólo un campo que sirva para la industria, sino para cualquier tipo de organización o empresas”.

En los últimos años ha habido confusión y desacuerdo entre los profesionales generales de las operaciones y los profesionales de las operaciones con respecto a los términos “logística” y “gestión de la cadena de suministro”.

Se han ofrecido varias definiciones formales para ambos términos. Además, el uso común de cada término en la industria varía. Los términos comerciales a menudo se definen con el tiempo, por el uso común o la aplicación del término. Examina las definiciones históricas de ambos términos, examina las opiniones actuales de los profesionales sobre los términos y propone una

jerarquía para la relación entre la logística y la gestión de la cadena de suministro.

A la hora de tomar decisiones en una operación logística de un Centro de Distribución, un líder de logística compromete capital de trabajo para poder responder a las exigencias del mercado. Por otro lado, y de cara a los objetivos estratégicos, se debe responder con eficiencia y productividad a los planes de crecimiento de la empresa, apalancados en la tecnificación y modernización de procesos e incremento de la capacidad instalada. Cualquiera que sea la decisión que se deba tomar, es importante analizarla frente al impacto en los estados financieros.

“Hablando concretamente de la distribución, según la firma consultora Supply Chain Visions, la distribución es la logística de salida, el final de la cadena de producción que va al usuario final junto con la planeación del transporte como lo afirma (Stanton, Etzel & Walker. 2007)”.

El objetivo principal de todo el proceso de distribución es trasladar la cantidad exacta del producto desde su origen hasta el lugar adecuado, en el tiempo preciso y a un costo mínimo; incluyendo el proceso de definir un plan de transporte integrado para la cadena de suministro, así como el mantenimiento de la información. De acuerdo con Castellano (2009), esto resalta la importancia del estudio del transporte que proporciona dos servicios simultáneamente: almacenamiento y movimiento.

EL CASO DE MUEBLES JAMAR

Es una empresa de emprendedores árabes que vieron el negocio que otras familias, entre las que se cuentan los Succar de origen libanés que gestaron el servicio de la comercialización de inmuebles, aprovechando la posición logística de Colombia y su cercanía a países del Caribe y Norteamérica. El sistema a crédito muy característico de Colombia y en especial la región Caribe hizo crecer el comercio de los muebles.

Respecto al servicio de transporte, dichos autores afirman que éste se entiende como un conjunto de características de desempeño que se adquieren a un determinado precio, en donde el usuario del transporte tiene a su disposición cinco modalidades o modos básicos: marítimo, ferroviario, terrestre, aéreo o conducto directo; los cuales pueden ser usados por separado o combinados. De acuerdo a Serra (2005) sostiene que

“La función principal del transporte es hacer entregas rápidas y puntuales a los diferentes puntos de conexión que tiene cada compañía, ya sea con los almacenes, distribuidores o clientes finales. Para ello, deben tener una planificación definida de los horarios e itinerarios de los vehículos”.

Es así como la empresa Jamar S.A tiene como objetivo principal velar por la mejoría de la eficiencia, la reducción de costos, aumento de la satisfacción de los clientes y el incremento de la capacidad de ventas.

Los anteriores aspectos son claves de la logística, es así como lo comenta Ganeshan et al. (1999) que dice que

“Estudiaron la dinámica de la cadena de suministro considerando como escenarios a dos proveedores (uno confiable y otro no tan confiable) analizando los costos y beneficios de usar un solo proveedor, teniendo en cuenta la demanda en un período de tiempo, el sistema de inventario utilizado, el punto de orden y los costos de transportes”.

Los empresario de Muebles Jamar entendieron que no es recomendable confiar en un solo proveedor, debido a que constituye un gran riesgo y muchas veces no podrían obtener costos bajos para el producto, al mismo tiempo establecieron que una fuente múltiple de aprovisionamiento puede reducir los tiempos de entrega y reducir los costos del sistema de inventarios; por lo que Muebles Jamar es una empresa que cuenta con los más exigentes criterios de calidad de servicio, para satisfacer las necesidades de sus clientes, en todo lo que se

refiere al suministro y distribución de muebles para el hogar.

La logística es, de alguna manera, el servicio al cliente, pero visto de alguna manera mucho más técnica, contrastando con los referentes, algunos autores manifiestan las bondades de la logística por lo que sostienen que;

“Lo que entendemos por percepción de calidad o servicio al cliente, la capacidad de acceder a las expectativas del cliente (Berry, et al 1998, en Stanley, L.L; Winsler, J.D 2001)

“Con la logística se puede lograr reducción de costos en el manejo de materiales e información y diferenciación del producto gracias al servicio que se le proporcione al cliente; de esta manera, la logística toma un papel de importancia en las empresas (Christopher, M. 1994).

Para la empresa Jamar puede decirse que hicieron si así puede llamarse, una introspección y notaron que tenían una operación fraccionada dado que despachaba producto desde sus almacenes y este modelo ya no estaba siendo efectivo por el crecimiento que tenía la compañía y porque los almacenes no tenían la logística ni el espacio físico para soportarlo; además, evidenciaron que se cometían muchos errores relacionados con averías de producto, retrasos en entregas, entre otros.

Es por eso que ante las operaciones que hacían desde diferentes lugares, y con el deseo de consolidar toda la operación logística y unificarla en un sitio, además de conservar el reconocimiento dentro del mercado conquistado y tener la oportunidad de atender otras zonas del país, se crea el Centro de Distribución, CENDIS.

El diseño el Cendis se concibió con base en la funcionalidad para lograr la eficiencia en el recibo y entrega de mercancía, generando un servicio más oportuno, cierto grado de autonomía y no dependencia de terceros, gracias a la creación del Cendis y el deseo de mejora interna en la empresa, en la actualidad, la organización

cuenta con Certificación ISO 9001:2008 para la Gestión de Aseguramiento de la Calidad y del Servicio al Cliente, gracias también al desarrollo de una estructura organizacional que busca garantizar un excelente servicio y la satisfacción total de sus clientes, apoyándose en el constante mejoramiento de su gama de productos, la diversificación e integración de nuevas líneas, y la creación de programas de fidelización y premiación de clientes, entre otras estrategias.

Además, vale la pena anotar que el proyecto de implementación inició al mismo tiempo con la construcción del CENDIS, pues el objetivo era que la operación del nuevo Centro de Distribución arrancara de una vez con el WMS en vivo.

Lo anterior se ha logrado y han alcanzado con su implementación la mejoría de la eficiencia, la reducción de costos, aumento de la satisfacción de los clientes y el incremento de la capacidad de ventas.

CONCLUSIÓN

Las empresas que piensen expandir sus mercados necesitarán siempre de un Centro de distribución. Cendis, lo que les permite crecer, ser competitivas, llegar a nuevos mercados metas y no descuidar el consumo local. La gran inversión ha sido todo un éxito desde la logística que le permitirá seguir creciendo en especial desde la logística externa, es decir desde la distribución hacia otros mercados fuera de la región Caribe colombiana.

La modernización de sus instalaciones y los avances tecnológicos facilitarán esa gran inversión a seguir creciendo con seguridad en mercados más consolidados y podrán seguir compitiendo con sus precios bajos aún en el sistema de créditos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Arbones, Malisani, E. (1990), *Logística Empresarial*. Colección Productiva. Ed. Marcombo, S.A, Barcelona.

2. Ballou, R.H. (2004). *Logística: administración de la cadena de suministro*. Pearson educación.

3. Ballou, R.H. (1993), *Logística Empresarial*, Ed. Atlas S.A., São Paulo. Brasil.

4. Bowersox, D.J. (1979). "Towards Total Logistical Management", in Wentworth F. y Christopher M., (Eds), *Managing International Distribution*, Gower Press.

5. Bowersox.D. J. & Closs, D. (2003) *Supply Chain Logistics Management* McGraw Hill Companies.

6. Boyano, T. O.F. (2015, pág.100) el aporte socioeconómico potencializado en la logística de las zonas francas de la ciudad de Cartagena de Indias. Caso zona franca de La Candelaria. *Revista Cultural Recuperado en http://www.unilibre.edu.co/cartagena/images/investigacion/Revista/R_cultural/R_Cultural_2015_2.pdf*

7. Castán, J.M., Cabañero, C.F. & Núñez, A. (2003): *La logística en la empresa: fundamentos y tecnologías de la información y de la comunicación*, Madrid: Pirámide.

8. Cendis Jamar (2017) documento recuperado 15 de abril de <http://www.jamar.com/nosotros/>

9. Centro Español de Logística (1993), "Diccionario de Términos y Definiciones Logísticas". España, p.5.

10. Comas Pullés, R. (1998) Cuba, globalización y logística. Artículo de la *Revista Logística Aplicada* No. 4. La Habana, Cuba, p.4.

11. Christopher M., (Eds), *Managing International Distribution*, Gower Press. 1979, p.31.

12. Christopher, M. (1972), "Logistics in its Marketing Context", *European Journal of Marketing*, Vol. 6 no.2.

13. Davies, G. J., (1983) "The International Logistics Concept", *International Journal of Physical Distribution & Material Management*, Vol. 13, No. 1, p.52.
14. Fram, T. O. B., & Licona, J. M. (2016) La logística y la gestión de la información. *Revista Cultural Unilibre*. Pág. 87. Colombia.
15. Fram, T. O. B., & Licona, J. M. (2016)2. La logística y la gestión de la información. *Revista Cultural Unilibre*. Pág. 87. Colombia
16. Harrison, A. & Van Hoek, R.: *Logistics and Supply Chain Management*, Prentice Hall, 2002.
17. Lalonde, B. J. y Grabner, J. R., "New Dimensions in Integrated Distribution Management". July 1971.
18. Kotler, P. & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. Pearson educación.
19. Kotler, phillip "fundamentos de marketing", ed Prentice hall hispanoamericana, S.A mexico (1991).
20. Kotler, P. (2002). *Dirección de marketing, conceptos esenciales*. Pearson educación.
21. Retos en supply chain management (2015). *Estrategia de operaciones: la clave para el éxito de una empresa recuperado en logística externa* [puhttp://retos-operaciones-logistica.eae.es/logistica-externa-la-punta-del-iceberg/](http://retos-operaciones-logistica.eae.es/logistica-externa-la-punta-del-iceberg/)
22. M. D. Arango Serna, (2010) *Gestión cadena de abastecimiento logística con indicador*.
23. Novaes, A.G.,(2000) *Logistics Districting With Multiplicatively Weighted Voronoi Diagrams*, XI Congreso Panamericano de Ingeniería de Tránsito y Transporte, Gramado, RS.

INSTRUCCIONES A LOS AUTORES PARA LAS PUBLICACIONES DE LA PRÓXIMA EDICIÓN DE LA REVISTA SABER, CIENCIA Y LIBERTAD, EN GERMINACIÓN DE LA UNIVERSIDAD LIBRE – SEDE CARTAGENA

Parámetros para la elaboración de los artículos

REQUISITOS TÉCNICOS

La revista Saber, Ciencia y Libertad en germinación, es una publicación anual del Centro de Investigaciones de la Universidad Libre, Sede Cartagena, que tiene como objetivo difundir la producción investigativa de los estudiantes adscritos a los semilleros de investigación de la universidad, así como de los demás semilleros miembros de la comunidad académica. Se concentra en publicar artículos de investigación, de reflexión y revisión, de acuerdo con las características definidas por Colciencias.

Los artículos que se reciben deben ser inéditos y originales. Serán enviados desde el correo del director de grupo de investigación, quien asume el cumplimiento de los requisitos del reglamento de publicaciones de la revista. Debe enviarse el documento en versión definitiva, en idioma español y en archivo Word al correo: germinación@unilibrectg.edu.co

Especificaciones Tipográficas

FUENTE: Times New Roman
TÍTULOS: Mayúsculas, Negrita, Centrado.
CUERPO DEL TEXTO: 12 Puntos.
NOTAS DE PIE DE PÁGINA: 8 Puntos.

Referencias Bibliográficas

Las referencias deberán enumerarse consecutivamente siguiendo el orden en que se mencionan por primera vez en el texto (Sistema de orden de mención Citación – ordersystem), identifíquelas mediante numeral arábigos, colocando en la parte final de la página, en el espacio de referencias.

Al referenciar revistas científicas cítelas por su nombre completo (no abreviado). Absténgase de utilizar resúmenes como referencias.

Las referencias de artículos aceptados pero aún en trámite de publicación deberán designarse como “en prensa” o “próximamente a ser publicados”; los autores obtendrán autorización por escrito para citar tales artículos y comprobar que han sido aceptados para publicación, de acuerdo con las normas de derecho de autor.

Citas y Pies de Página

Especial atención debe prestarse a las citas, pies de página y referencias bibliográficas, las cuales deben ser precisas y completas.

Ejemplos de Citas Bibliográficas

Libro:

BETANCOURT REY, Miguel (1996). Derecho Privado, Categorías Básicas. Editado por la Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Derecho. Ciencias Políticas y Sociales. Santa Fe de Bogotá, D.C., Colombia. Primera Edición.117.

Artículo de Revista:

HOFFMAN, Scout L. (1989) “A Practical Guide to Transactional Project Finance: Basic Concepts, Risk Identification and Contractual Considerations”. En: The Business Layer. November. (45 Bus.Law.181)

Sentencia Judicial:

COLOMBIA. CORTE SUPREMA DE JUSTICIA. Sala de casación civil. Sentencia del 27 de septiembre de 1993. Magistrado Ponente: Eduardo García Sarmiento. (Sentencia Número S – 134), pág. 8. Copia tomada directamente de la corporación. [Tomada de colección de jurisprudencia... de fecha...]

Leyes:

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS –ONU- Centro de Derechos Humanos. Recopilación de instrumentos internacionales. New York: Naciones Unidas, 1988. p.20
CONGRESO DE LA REPÚBLICA. LEY 182 DE 1995 “ Por la cual se reglamenta el servicio de televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a este, se conforma la Comisión Nacional de Televisión, se promueve la industria y actividades de televisión, se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones”. En: Diario oficial No.2341. Bogotá: Imprenta Nacional. 1995.

Compilaciones:

INSTITUTO COLOMBIANO DE BIENESTAR FAMILIAR. Derecho de familia y de menores: Compilación normativa. Bogotá: ICBF, 1989.p.5

Bibliografía

Se recomienda listar la bibliografía empleada en forma completa, al final del correspondiente escrito, incluyendo los siguientes datos: el título, la edición, lugar de publicación, la empresa o casa editorial, el año de publicación, número de volúmenes, número total de páginas del libro, y el nombre de la colección o su abreviatura.

Ejemplos de Bibliografías

Libro

BERENSON, Bernard. Estética e historia en las artes visuales. Trad. Por Luis Cardoza y Aragón. México. Fondo de Cultura Económica, 1956.264 páginas. (Colección Breviarios, núm.115).

Material Electrónico

Existen actualmente publicaciones por Internet, cuando el texto hace parte de una biblioteca virtual de una institución legalmente constituida. Ejemplo:<http://www.adm.org.mx/biblioteca/req.html>

Para Saber, ciencia y libertad, en germinación, Revista de semilleros de investigación, es muy satisfactorio constituirse como espacio de divulgación de los trabajos académicos de estudiantes investigadores universitarios, por ello le invita a vincularse a la misma.

