



Inversión militar como generadora de bienestar social

Augusto Vidales Larrarte

Trabajo de grado para optar al título profesional:
Curso de Altos Estudios Militares (CAEM)

Escuela Superior de Guerra "General Rafael Reyes Prieto"
Bogotá D.C., Colombia

**INVERSIÓN MILITAR COMO GENERADORA DE
BIENESTAR SOCIAL**

MYEIM AUGUSTO VIDALES LARRARTE

**FUERZAS MILITARES DE COLOMBIA
ESCUELA SUPERIOR DE GUERRA
CURSO DE COMANDO Y ESTADO MAYOR 2001
BOGOTÁ D.C. OCTUBRE 2001**

**INVERSIÓN MILITAR COMO GENERADORA DE
BIENESTAR SOCIAL**

MYEIM AUGUSTO VIDALES LARRARTE

La opinión pública y la totalidad de las Fuerzas Militares, desconocen la verdadera importancia, que posee para el país, la inversión militar en la Armada Nacional, lo que hace necesario que este aspecto sea adecuada y oportunamente divulgado.

**FUERZAS MILITARES DE COLOMBIA
ESCUELA SUPERIOR DE GUERRA
CURSO DE COMANDO Y ESTADO MAYOR 2001
BOGOTÁ D.C. OCTUBRE 2001**

*A Patry, Natalia y Augusto Andrés,
por su Comprensión y apoyo permanente.*

Augusto.

AGRADECIMIENTO

El autor expresa su agradecimiento a:

La Escuela Superior de Guerra por su enseñanza y formación.

CONSEJO SUPERIOR ACUERDO N° 20

Por medio del cual se reglamenta el trabajo de grado. Artículo duodécimo, propiedad intelectual y derechos de autor.

La revisión bibliográfica y conceptos incluidos dentro de los trabajos de grado son de exclusiva responsabilidad de los autores.

La propiedad intelectual de los trabajos de grado corresponden en partes iguales al autor o autores y a la constitución y por ende a las regalías o beneficios del mismo.

CONTENIDO

	Pág.
1. INTRODUCCIÓN	11
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	13
1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	14
2. JUSTIFICACIÓN	15
3. OBJETIVOS	16
3.1 OBJETIVO GENERAL	16
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
4. MARCO REFERENCIAL	18
4.1 MARCO HISTÓRICO	18
4.1.1 Misión de la Armada	18
4.1.2 Visión de la Armada	19
4.1.3 Organización de la Armada	20
4.2 MARCO TEÓRICO	23

4.2.1	El Control Interno	23
4.2.2	Reglas Básicas del Control Interno	26
4.2.3	Estructura Administrativa	27
4.2.4	Elementos del Control Interno	28
4.2.5	Principios del Control Interno	28
4.2.6	Objetivos del Control Interno	29
4.2.7	Importancia del Control Interno	30
4.2.8	Vigilancia y Supervisión	30
4.2.9	Clasificación del Control Interno	31
4.2.10	Auditoria Interna	32
4.2.11	La Constitución y el Control Interno en Colombia	33
4.3	LA AUDITORIA FINANCIERA	50
4.3.1	Características Esenciales de la Auditoria Financiera	51
4.4	LOS ESTADOS FINANCIEROS	52
4.4.1	Balance general	52
4.5	LA ESTRATEGIA Y LOS PLANES DE MERCADEO	58
4.5.1	Diagnóstico	58
4.5.2	Pronóstico	59
4.5.3	Designio	59
4.5.4	Táctica	60
4.5.5	Control	60
4.6	LA ESTRATEGIA PUBLICITARIA	61
4.6.1	Estrategia Publicitaria Eficaz	61

4.6.2	Estrategia Publicitaria Propuesta para la Armada	63
4.7	ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN MILITAR	65
4.8	BIENESTAR SOCIAL	67
5.	HIPÓTESIS	70
6.	METODOLOGÍA	71
6.1	TIPO DE ESTUDIO	71
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	72
	BIBLIOGRAFÍA	74
	ANEXOS	77

INTRODUCCIÓN

La realización del presente trabajo de investigación, es una clara evidencia de la desinformación a la cual está sometida la población colombiana, respecto al gasto militar, como una forma de inversión social, benéfica para todo el país, en todos los ámbitos.

Es así que se trabaja la definición de estados financieros, no por que se presenten los mismos, sino como una forma de entendimiento de los diferentes rubros que estos tienen en cuenta en cualquier estado de resultados; igualmente se trabaja el control interno, planes estratégicos publicitarios, bienestar social y por ultimo la inversión militar.

La intención primordial al aunar los conceptos mencionados, es poder entender de una manera más sencilla la labor de la Armada nacional, la forma en que invierte sus recursos y así mismo, dar a conocer a la población el beneficio que dichos gastos representan para el país.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Colombia es una de las naciones más golpeadas, desde su formación como nación independiente, por el flagelo de la guerra y la violencia interna, es así como durante su historia ha mantenido una incesante búsqueda de la paz mediante diversas estrategias las cuales no han dado resultado. Ni siquiera el último esfuerzo legislativo, que se materializó en la Constitución de 1991, concebida por varios de sus autores como un tratado de paz, derivada en parte de los acuerdos de finales de los años ochenta con el M19, el EPL, el PRT y el Quintín Lame, logró ese cometido aunque abrió una fase de transformaciones institucionales de importancia. En retrospectiva una de las lecciones que se puede concluir, es que ni la política de tierra arrasada, ni la exclusión del contrario o de algún actor del conflicto, permite construir una paz verdadera.

El incremento cotidiano del accionar delincencial de los diferentes agentes generadores de violencia, obligan al Gobierno Nacional a incrementar la inversión en las Fuerzas Militares y Policía

Nacional, representadas en la adquisición de equipo de campaña, armamento, munición, vestuario, helicópteros y lanchas fluviales entre otros, además de la capacitación para el personal que compone la Fuerza. Estos dineros provienen no solo de las arcas de la Nación sino también de la ayuda Militar extranjera, como por ejemplo el Plan Colombia y el programa FMS.

La sociedad colombiana aquejada con problemas graves de salud, desempleo, educación, violencia generalizada, deficiencia y escasez en los servicios públicos, bienestar y seguridad social, abandono del campo, movimientos migratorios interiores y exteriores, alto costo de vida, déficit de vivienda, pérdida de valores morales y en general un país con falta de confianza en su clase dirigente y con un proceso de paz que poco a poco ha venido generando escepticismo y pérdida de la paciencia del pueblo que, no entiende como el Gobierno sigue adquiriendo material bélico de todo tipo a un alto costo y no hace nada por solucionar los problemas que aquejan al país.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo la inversión Militar en la Armada Nacional, se convierte en una forma de generar bienestar social?

1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ☐ Cuál es la inversión Militar de la Armada Nacional en los últimos dos (2) años?
- ☐ Qué teorías administrativas permiten llevar a cabo un diagnóstico financiero?
- ☐ Qué es bienestar social?
- ☐ Cuál es la imagen que posee la ciudadanía respecto a la Armada Nacional?

2. JUSTIFICACIÓN

La utilidad de la presente investigación, radica en la importancia de dar a conocer lo que representa la inversión en las Fuerzas Militares, específicamente la Armada Nacional, no como un gasto del Patrimonio Nacional sino como un medio de fortalecimiento a todo un país, al generar beneficio social.

Se beneficiará con éste estudio además del investigador, la Armada Nacional y la opinión pública en general, puesto que se podrá ofrecer un documento que permita demostrar y aprovechar las ventajas de este tipo de inversiones, mediante un informe que puntualizará aspectos socioeconómicos.

La información requerida para el desarrollo del presente proyecto, posee total viabilidad de consecución, para lo cual el investigador se apoyará en la Institución (Armada Nacional), de la cual forma parte integral, obteniendo de este modo información de fuentes primarias, además acudirá a sustento bibliográfico mediante acceso a diferentes bibliotecas, hemeroteca y documentos allegados al tema, además de la investigación en Internet, y así conseguir de este modo todo lo requerido para presentar un informe final eficiente.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

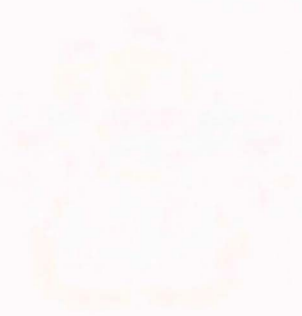
Determinar el manejo de la inversión militar, específicamente en la Armada Nacional y demostrar la generación de Bienestar Social producida con dicha inversión.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

3.2.1 Realizar un diagnóstico de la inversión militar efectuada por la Armada Nacional en los últimos dos (2) años y el manejo que se le ha dado a la misma.

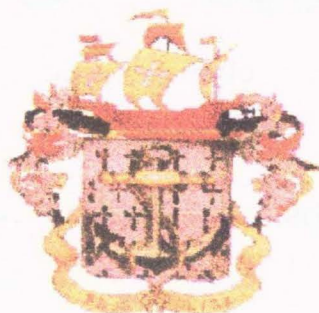
3.2.2 Determinar de acuerdo al análisis, en que forma se han aplicado las diferentes teorías administrativas al respecto.

3.2.3 Diseñar un Plan Publicitario que permita dar a conocer a la opinión pública y demás órganos del Estado las acciones de la Armada Nacional y su relevancia para el país.



4. MARCO REFERENCIAL

4.1 MARCO HISTÓRICO – “LA ARMADA NACIONAL”



4.1.1 Misión de la Armada Nacional

La Armada Nacional junto con los organismos puestos bajo su control operacional planea y conduce en forma permanente operaciones navales, fluviales y terrestres en el área de su jurisdicción con el propósito de mantener la soberanía nacional, conservar la vigencia de las Instituciones, garantizar el orden interno, la integridad territorial, el desarrollo del poder marítimo y la protección de los intereses de la nación¹.

¹ <http://www.cartagena.cetcol.net.co/armada.html>

4.1.2 Visión de la Armada Nacional

- Una marina operativa, actualizada y moderna, centrando sus esfuerzos en resultados operacionales, contribuyendo en la lucha contra los agentes generadores de violencia y al desarrollo del poder marítimo en cumplimiento de su misión institucional.

4.1.3 Organización de la Armada Nacional

CGFFMM

Inspección General	COARC	<i>Coordinación</i>	DIFRA
Ayudantía General			<u>DIMAR</u>
Planeación			

SECAR

JEMN

M1 M2 M3 M4 M5

<u>JOLA</u>	<u>JEMAN</u>	<u>JONA</u>	<u>CIMAR</u>	<u>JEDHU</u>
Of. Contratos	DINA	<u>F.N.A.</u>	BRIM-1	<u>E.N.A.P.</u>
DIEF	DIPRO	<u>F.N.P.</u>	BRIM-2	DIPER
DIABA	DICTE	<u>F.N.S.</u>	BAFIM-7	<u>E.N.S.B.</u>
DISEG	DIARN	<u>F.N.F.</u>	CUFIM	<u>DINEN</u>
DIVIN		<u>COGAC</u>	BFEIM	<u>DICTI</u>
DINFO		<u>CAVNA</u>	<u>EGAN</u>	DIREN
<u>BASES NAVALES</u>		DICOM		DIBES
<u>AF41</u>				<u>DISAN</u>

Simbología²:

COARC : Comando Armada Nacional

SECAR : Segundo Comando Armada Nacional

JONA : Jefatura de Operaciones Navales

- F.N.A.: Fuerza Naval del Atlántico
- F.N.P.: Fuerza Naval del Pacífico
- F.N.S.: Fuerza Naval del Sur
- F.N.F.: Fuerza Naval Fluvial
- COGAC : Comando Cuerpo de Guardacostas
- CAVNA: Comando Aviación Naval
- DICOM: Dirección de Comunicaciones

CIMAR : Comando de Infantería de Marina

JEDHU : Jefatura de Desarrollo Humano

- ENAP: Escuela Naval de Cadetes "Almirante Padilla"
- DIPER: Dirección de Personal

² <http://www.Cartagena.cetcol.net.co>

- ENSB: Escuela Naval de Suboficiales
- DINEN: Dirección de Instrucción y Entrenamiento
- DICTI: Dirección de Ciencia, tecnología e Investigación
- DIREN: Dirección de Reclutamiento
- DIBES: Dirección de Bienestar
- DISAN: Dirección de Sanidad

JOLA : Jefatura de Operaciones Logísticas

- DIEF: Dirección de Economía y Finanzas
- DIABA: Dirección de Abastecimientos
- DISEG: Dirección de Servicios Generales
- DIVIN: Dirección de Viviendas Navales
- DINFO: Dirección de Informática
- Bases Navales
- Apostadero Fluvial ARC "Leticia"

JEMAN : Jefatura de Material Naval.

- DINA: Dirección de Ingeniería Naval
- DIPRO: Dirección de Proyectos
- DICTE: Dirección de Construcciones Terrestres
- DIARN: Dirección de Armas Navales

4.2 MARCO TEÓRICO

4.2.1 El Control Interno

El Control Interno, es el plan o programa para el desarrollo de actividades de manera eficaz existente entre la empresa y la contabilidad; las funciones de los empleados correctamente distribuidas y procedimientos coordinados, contables, estadísticos, físicos, administrativos y demás, con el fin de obtener una información confiable que permita tomar decisiones, protegiendo su capital y propendiendo por la mayor eficiencia de las operaciones que allí se ejecuten, cumpliendo así con las políticas administrativas de la organización.

Luego de que se ha terminado con la planeación, debe utilizarse una adecuada comunicación que garantice el conocimiento del plan y objetivos por parte de los funcionarios de una empresa, es así como sus administradores deben velar por el cumplimiento de las actividades de cada área, para lo cual se ejerce el control.

El control debe abarcar actividades fundamentales, como lo son: previsión de las tareas (presupuestos), realización de las tareas (ejecución) y medida y análisis de lo realizado (auditoria)³.

Por lo tanto el control interno se implanta en la empresa, con el fin de garantizar una movilización eficaz y permanente de energías y recursos, con el fin de lograr el fin social de dicha organización, teniendo en cuenta la clase de empresa (privada, pública, cooperativa, mixta, etc.). Además de su entorno socio político.

El control ejerce un rol que fiscaliza además cada área o departamento de la empresa, vigilando que cumpla con los planes previamente establecidos, al igual que la política de la organización, para lo cual debe aplicar estrategias debidamente coordinadas y sistematizadas.

También se considera como el broche que cierra el proceso administrativo, mediante la ejecución de la medición de normas y estándares, para lo cual determina las desviaciones en la realización y procura de su corrección. Ya que puede establecer las falencias presentadas y el modo de subsanarlas.

³ KHEMAKHEM, A. El Control de Gestión. Pág. 97.

Actualmente el control interno en una empresa es menos crítico y costoso que antes por la modernización y sistematización que vive el proceso, permitiendo al funcionario encargado del control (Contador), la revisión adecuada y rápida de los informes financieros de una manera veraz y especialmente en un determinado lapso, lo que permite prever cual imprevisto futuro, realizando los ajustes convenientes al caso.

De otro lado, no se puede olvidar que finalmente en una empresa, su principal finalidad u objeto social, se radica en la venta de sus productos o servicios, por lo que se hace necesario definir las tres (3) clases de control de mercadeo que son: El control de eficiencia, que constituye el problema de desarrollar las actividades de mercadotecnia como publicidad, distribución y venta personal, de una manera eficiente y a menor costo. El control anual; que vigila el esfuerzo de mercadotecnia, actúa para cerciorarse de que se está cumpliendo con las metas anuales. El control a largo plazo, el cual mediante auditoria, sigue el desarrollo del plan a largo plazo y su ajuste a los objetivos frente al curso y cambios del medio ambiente, del mercado y la competencia.

Las empresas requieren realizar actividades o investigaciones que les permitan determinar sus utilidades, la posición de sus

productos, sus clientes, su volumen de ventas, elementos que forman actividades de mercadeo específicamente, gracias a el control que sirve para prevenir las estimaciones de las ventas, se puede determinar los costos y datos complejos que dan paso a la planificación y presupuestos de la organización, todos estos datos, concluyen cómo el control es imprescindible para el eficiente desarrollo de la empresa en cualquiera de sus áreas o actividades que ejecuta.

4.2.2 Reglas Básicas del Control Interno

- Las responsabilidades y facultades que se otorgan deben definirse por escrito y en forma detallada, para que cada empleado conozca cuales son sus deberes normales y de quien debe recibir instrucciones cuando se presentan situaciones extraordinarias.
- Los funcionarios deben seleccionarse por medio de una investigación, exámenes o informes de progreso, inspección y verificaciones de prueba.

- Los deberes deben segregarse con la visión de minimizar el riesgo de robo o fraude.
- Si es posible, realizar rotación de activos de tiempo en tiempo.
- Las conciliaciones de cuentas de control claves, deben ser llevadas a cabo por funcionarios superiores que no estén involucrados en el registro de las mismas.
- Se debe de vez en cuando llevar a cabo la verificación de registros contables de manera externa y por evidencia física o directa.
- Presentar informes periódicos de producción, de acuerdo a las normas previamente establecidas⁴.

4.2.3 Estructura Administrativa

Un paso relevante en la empresa, es establecer un buen sistema en su estructura administrativa, determinando títulos y

⁴ PERDOMO MORENO, Abraham. Fundamentos de Control Interno. ECAFSA. México: 1996. Pág. 158.

responsabilidades generales, en un número que sea acorde al tamaño de la empresa y a la naturaleza de sus actividades.

4.2.4 Elementos del Control Interno

Los elementos del control interno son siete (7):

- Organización
- Catálogo de cuentas
- Sistema de Contabilidad
- Estados Financieros
- Presupuestos y pronósticos
- Entrenamiento, eficiencia y moralidad personal
- Supervisión.

4.2.5 Principios del Control Interno

Los principios del control interno son cinco (5), así:

- Separación de funciones de operación, custodia y registro
- Dualidad en cada operación que lleva a cabo la empresa
- Ninguna persona posee acceso a registros contables que controlen su actividad
- El trabajo de empleados es de complemento y no de revisión
- La función de registro de operaciones es exclusiva del departamento de contabilidad.

4.2.6 Objetivos Del Control Interno

- Prevenir fraudes
- Descubrir robos o malversaciones
- Obtener información de tipo contable, administrativa y financiera oportuna y veraz.

- Detectar falencias contables, administrativas y financieras.
- Proteger los intereses económicos de la empresa
- Promover la eficacia de los funcionarios
- Generar procesos que economicen tiempo y dinero
- Realizar auditorias.

4.2.7 Importancia del Control Interno

Su relevancia radica en la integridad física y numérica de bienes, valores y activos de la compañía; es así cómo un sistema eficaz procurará el cuidado de la empresa y evitará que ésta sea voluble a robos o fraudes, por parte de sus propios funcionarios.

4.2.8 Vigilancia y Supervisión

Es necesario que se lleve a cabo de manera periódica y sistemática por parte de:

- Gerente
- Contador
- Revisor Fiscal
- Junta Directiva
- Auditores

En virtud a la tendencia existente de los seres humanos a incumplir las normas, es necesario e imprescindible que el control interno se revise o supervise cronológicamente, con el fin de que este no pierda validez y efectividad.

4.2.9 Clasificación del Control Interno

Se divide en dos (2):

- Control Interno Administrativo

Que es aquel que busca promover la eficiencia en el desarrollo de procesos de la empresa.

- Control Interno Contable

Aquel que protege los activos de la empresa, presenta informes financieros de manera exacta y real.

4.2.10 Auditoria Interna

Debe existir en la empresa una sección o departamento que cumpla con funciones de auditoria interna y que ayude en los siguientes tópicos:

- Detectar de acuerdo a una continua revisión adecuada del sistema de control interno.
- Confirmar de acuerdo a una base selectiva, si los procedimientos que se están ejecutando son entendidos y asimilados por el personal y si se están aplicando adecuadamente.
- Detectar y eliminar el fraude.

4.2.11 La Constitución y el Control Interno en Colombia

En Colombia el control interno se determina como control fiscal y equivale a una función pública que es ejercida por la Contraloría General de la República, la cual vigila la gestión fiscal de la administración y de los particulares o entidades que manejen fondos o bienes de la Nación. Dicho control se ejercerá en forma posterior y selectiva conforme a los procedimientos, sistemas y principios que establezca la ley. Está podrá, sin embargo, autorizar que, en casos especiales, la vigilancia se realice por empresas privadas Colombianas escogidas por concurso público de méritos y contratadas previo concepto del Consejo de Estado⁵.

La vigilancia de la gestión fiscal del estado incluye el ejercicio de un control financiero, de gestión y de resultados, fundado en la eficiencia, la economía, la equidad y la valoración de los costos ambientales. En los casos excepcionales, previstos por la ley, la Contraloría podrá ejercer control posterior sobre cuentas de cualquier entidad territorial.

⁵ Sociedad Colombiana de Asesoría y Administración Empresarial. Guía Completa de la Empresa. Bogotá: Gráficas Corni, 1998.

La contraloría es una entidad de carácter técnico con autonomía administrativa y presupuestal. No tendrá funciones administrativas distintas de las inherentes a su propia organización⁶.

A continuación se presenta de manera detallada, la legislación nacional y cada uno de los artículos que respecto a control interno se refiere.

⁶ Constitución Política de Colombia, Artículo 267 – 1994.



ANTECEDENTES



CONSTITUCIÓN POLÍTICA
ART. 209, 119, 268, 269 Y 354

LEY 489/98

SISTEMA DE
DESARROLLO
ADMINISTRATIVO

SISTEMA NACIONAL
DE CONTROL
INTERNO

SISTEMA GENERAL
DE INFORMACIÓN
ADMINISTRATIVA

LEY 87/93

DEC. 1826/94

SISTEMA DE CONTROL INTERNO

DEC. 2145/99

DEC. 1537/01

CONSEJO ASESOR DEL GOBIERNO NACIONAL EN
MATERIA DE CONTROL INTERNO

DEC. 2145/99
DEC. 2539/00

COMITÉ INTERINSTITUCIONAL DE
CONTROL INTERNO

COMITÉ DE COORDINACIÓN DEL
SISTEMA DE CONTROL INTERNO

DEC. 2145/99
DEC. 2539/00

ARTÍCULO 209



* * * * *
FUNCIÓN ADMINISTRATIVA AL SERVICIO
INTERESES GENERALES, SE DESARROLLA
CON FUNDAMENTO EN PRINCIPIOS IGUALDAD,
MORALIDAD, EFICACIA, ECONOMÍA,
CELERIDAD, IMPARCIALIDAD Y PUBLICIDAD,
MEDIANTE DESCENTRALIZACIÓN,
DELEGACIÓN Y DESCONCENTRACIÓN
FUNCIONES
* * * * *

ARTÍCULO 119



**CONTRALORÍA GENERAL
TIENE A SU CARGO
VIGILANCIA GESTIÓN FISCAL Y
CONTROL RESULTADO
ADMINISTRACIÓN.**

ARTÍCULO 268



**CONTRALOR GENERAL
TENDRÁ POR ATRIBUCIÓN**

**“CONCEPTUAR SOBRE
CALIDAD Y EFICIENCIA
CONTROL FISCAL INTERNO
ENTIDADES Y ORGANISMOS
ESTADO”**



ARTICULO 269

ENTIDADES PÚBLICAS Y
AUTORIDADES OBLIGADAS A
DISEÑAR Y APLICAR SEGÚN
NATURALEZA FUNCIONES, MÉTODOS
Y PROCEDIMIENTOS CONTROL
INTERNO CONFORME A LEY.

ANTECEDENTES



CONSTITUCIÓN POLÍTICA

ART. 209, 119, 268, 269 Y 354

LEY 489/98

SISTEMA DE
DESARROLLO
ADMINISTRATIVO

DEC. 1826/94

LEY 87/93

SISTEMA NACIONAL
DE CONTROL
INTERNO

SISTEMA DE CONTROL INTERNO

DEC. 1537/01

SISTEMA GENERAL
DE INFORMACIÓN
ADMINISTRATIVA

DEC. 2145/99

CONSEJO ASESOR DEL GOBIERNO NACIONAL EN
MATERIA DE CONTROL INTERNO

DEC. 2145/99
DEC. 2539/00

COMITÉ INTERINSTITUCIONAL DE
CONTROL INTERNO

COMITÉ DE COORDINACIÓN DEL
SISTEMA DE CONTROL INTERNO

DEC. 2145/99
DEC. 2539/00

LEY 489/98



“ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO
ENTIDADES ORDEN NACIONAL, EXPIDE
DISPOSICIONES, PRINCIPIOS
Y REGLAS GENERALES EJERCICIO
ATRIBUCIONES PREVISTAS NUMERALES 15
Y 16 DEL ARTÍCULO 189 CONSTITUCIÓN
POLÍTICA Y SE
DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”



CONSTITUCIÓN POLÍTICA
ART. 209, 119, 268, 269 Y 354

LEY 489/98

SISTEMA DE
DESARROLLO
ADMINISTRATIVO

SISTEMA NACIONAL
DE CONTROL
INTERNO

SISTEMA GENERAL
DE INFORMACIÓN
ADMINISTRATIVA

DEC. 1826/94

SISTEMA DE CONTROL INTERNO

DEC. 1537/01

CONSEJO ASESOR DEL GOBIERNO NACIONAL EN
MATERIA DE CONTROL INTERNO

DEC. 2145/99
DEC. 2539/00

COMITÉ INTERINSTITUCIONAL DE
CONTROL INTERNO

COMITÉ DE COORDINACIÓN DEL
SISTEMA DE CONTROL INTERNO

DEC. 2145/99
DEC. 2539/00



CARACTERÍSTICAS SISTEMA DE CONTROL INTERNO

PARTE
INTEGRANTE
SISTEMAS
CONTABLES,
FINANCIEROS,
PLANEACION,
INFORMACION,
OPERACIONES
NALES

MAXIMA
AUTORIDAD
RESPONSABLE
ESTABLECER,
MANTENER Y
PERFECCIONAR
S.C.I., ADECUADO
NATURALEZA,
ESTRUCTURA Y
MISION,
ORGANIZACION

JEFE CADA
AREA
RESPONDE
JEFE
INMEDIATO
POR C.I.,
SEGUN
NIVELES
AUTORIDAD
ESTABLECIDOS
EN
CADA ENTIDAD

OFICINA DE
CONTROL
INTERNO
EVALUA
INDEPENDI-
ENTEMENTE
S.C.I.,
RECOMIENDA
MEJORAS

REGISTRO
OPORTUNO
TRANSACCIONES,
EXACTITUD,
VERACIDAD,
OPORTUNIDAD



OBJETIVOS

VELAR
PROCESO
PLANEACIÓN
MECANISMOS
DESARROLLO
ORGANIZACIONAL

PROTEGER
RECURSOS CONTRA
RIESGOS ADECUADA
ADMINISTRACIÓN

GARANTIZAR
EFICACIA EFICIENCIA
ECONOMÍA
OPERACIONES
EJECUCIÓN FUNCIONES
CUMPLIMIENTO MISION

**DEFINIR Y APLICAR
MEDIDAS**
PREVENCIÓN RIESGOS
DETECTAR Y CORREGIR
DESVIACIONES

GARANTIZAR
EVALUACIÓN
SEGUIMIENTO GESTIÓN
SCI DISPONGA SISTEMAS
PROPIOS EVALUACIÓN Y
VERIFICACIÓN

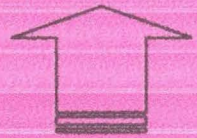
VELAR
ACTIVIDADES Y RECURSOS
CUMPLIMIENTO OBJETIVOS

RESPONSABILIDAD



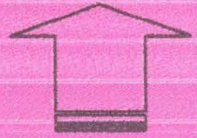
COMPETENCIA

AUTOCONTROL
AUTOEVALUACIÓN



¿A QUIÉN SE EJERCE?

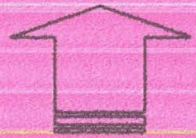
TODOS LOS FUNCIONARIOS DE
LA ENTIDAD



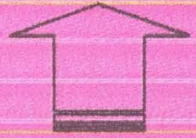
CÓMO LO EJERCE

- ASUMIENDO LA RESPONSABILIDAD DE SU LABOR DIARIA, PARA LOGRAR LA MISIÓN INSTITUCIONAL.
- TRABAJO EN EQUIPO.
- BÚSQUEDA DEL MEJORAMIENTO CONTINUO.
- MEDIANTE CAMBIO CULTURAL.

SUPERVISIÓN Y CONTROL

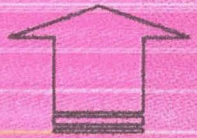


- MINISTRO DE DEFENSA
- COMANDANTES Y DIRECTOR
- JEFES DE DEPENDENCIA
- COORDINADORES DE GRUPOS

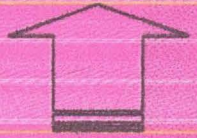


- CREATIVIDAD INICIATIVA
- PLANEAR
 - ORGANIZAR
 - DIRIGIR
 - CONTROLAR
 - COORDINAR
 - EVALUAR

VERIFICACIÓN DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO



- OFICINA O GRUPO COORD. DE CONTROL INTERNO
- ORGANISMOS DE CONTROL Y VIGILANCIA
- DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION
- CONTADURÍA GENERAL DE LA NACIÓN



- ASESORANDO
- MONITOREANDO
- EVALUANDO
- OBSERVANDO
- RECOMENDANDO
- VERIFICANDO Y SEGUIMIENTO

PUNTES ESSENCIALES DEL ESTADO



- SERVIR A LA COMUNIDAD.
- PROMOVER LA PROSPERIDAD GENERAL
- GARANTIZAR LA EFECTIVIDAD DE PRINCIPIOS, DERECHOS Y DEBERES CONSAGRADOS EN CONSTITUCION.
- FACILITAR PARTICIPACION DE TODOS EN DECISIONES QUE LOS AFECTAN Y EN LA VIDA ECONOMICA, POLITICA, ADMINISTRATIVA Y CULTURAL DE LA NACION.
- DEFENDER LA INDEPENDENCIA NACIONAL.
- MANTENER INTEGRIDAD TERRITORIAL.
- ASEGURAR CONVIVENCIA PACIFICA Y VIGENCIA DE ORDEN JUSTO.



MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL

DEFENSA NACIONAL

PRESERVAR Y DEFENDER SOBERANÍA, INDEPENDENCIA E INTEGRIDAD TERRITORIO NACIONAL

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

ORDEN PÚBLICO

MANTENER ORDEN CONSTITUCIONAL Y ESTABILIDAD INSTITUCIONAL, Y NEUTRALIZAR FACTORES QUE ATENTEN O AMENACEN ATENTAR CONTRA ELLOS.

SEGURIDAD CIUDADANA

CONTRIBUIR A GARANTIZAR CONVIVENCIA PACÍFICA Y PREVENIR, EVITAR E INVESTIGAR COMISION DE DELITOS Y CONTRAVENCIONES.



**BIENESTAR Y
SEGURIDAD
SOCIAL**

**CONTROL ORDEN
PÚBLICO Y
SEGURIDAD
CIUDADANA**

**DESARROLLO
INSTITUCIONAL**

**DEFENSA SOBERANÍA,
INDEPENDENCIA E
INTEGRIDAD
TERRITORIAL**

**MANTENIMIENTO
Y LOGÍSTICA
CENTRALIZADOS**

PROGRAMAS

**INTELIGENCIA
Y TELEMÁTICA**

MDN

**ACERCAMIENTO
COMUNIDAD Y
APOYO A OTROS
SECTORES**

**MOVILIDAD Y
APOYO TÁCTICO**

**DERECHOS HUMANOS,
DERECHO INTERNACIONAL
HUMANITARIO Y JUSTICIA
PENAL MILITAR**

**POLÍTICAS,
DIRECCIÓN Y
LIDERAZGO**

4.3 LA AUDITORIA FINANCIERA

Es la verificación de los Estados Financieros de una empresa, llevándose a cabo de manera oportuna y revelando el estado real y económico de la organización, mediante auditorias.

Cuando existe y se conoce la posición financiera de la empresa, cuáles son las utilidades presentes, se puede predecir o pronosticar las utilidades futuras, es así como el correcto manejo o conocimiento de los Estados Financieros permiten además de la obtención de la información, la correcta toma de decisiones y el conocimiento veraz de la empresa y su situación económica.

Este tipo de auditoria, define procedimientos que aseguran si los activos de la empresa están adecuadamente protegidos y utilizados plenamente, define si las transacciones están correctamente registradas y si su posición financiera presenta intervalos adecuados.

El campo de acción de la auditoria financiera se da de diversas maneras se ejerce este tipo de control cuando el gerente de la empresa revisa el presupuesto, cuando el jefe de producción aprueba la producción, cuando la secretaria prepara las facturas de

venta e incluso cuando el conductor de la camioneta relaciona en la bitácora un viaje más ejecutado, cuando el trabajador de planta timbra tarjeta e incluso cuando el vigilante patrulla el perímetro de las instalaciones de la empresa⁷.

4.3.1 Características Esenciales de la Auditoria Financiera

- Que proporcione a la gerencia la información necesaria, rápida y precisa en forma de estados financieros, presupuestos, estadística, informes de progreso, etc, a fin de que el progreso pueda planearse adecuadamente y que prontamente puedan identificarse las áreas de problema y las oportunidades.
- Que se presenten a los socios informes anuales precisos de cuentas, además de los bancos y entidades que proporcionen capital en préstamo, al final de cada ejercicio, sin ningún retraso.
- Que se evite la malversación de los activos y otras formas de fraude y cuando sucedan, sean detectados prontamente.

⁷ PIDGEON GUY W. El Control Financiero en los Países en Desarrollo. Editorial Diana: México, 1990. Pág. 13 a 29.

4.4 LOS ESTADOS FINANCIEROS

Como se mencionó anteriormente con el fin de tomar decisiones importantes, es necesario que la empresa posea una correcta información financiera organizada, y que mediante este orden puedan llegar a aumentar sus utilidades.

A continuación se presenta la definición, partes e importancia del Balance General⁸.

4.4.1 Balance General

Representa la situación fiscal o mejor aún lo que ocurre con los activos y pasivos de una empresa en un periodo de tiempo determinado, al igual que su patrimonio o capital.

4.4.1.1 Los Activos

Corresponden desde el dinero en bancos, hasta la representación del mismo en el mercado, son todas las posesiones o bienes de la compañía y se clasifican por su liquidez de la siguiente manera:

- Corrientes

Dinero en caja o disponible, cuentas por cobrar y los activos que en cualquier momento se pueden cambiar por dinero efectivo, prediciendo su tiempo y valor.

- Propiedad Planta y Equipo

Son los bienes de la compañía, con los cuales cuenta para el desarrollo de su actividad social, como por ejemplo: vehículos, terrenos, muebles y enseres, maquinaria, etc.

- Otros

Son aquellos que no se pueden clasificar ni como propiedad planta y equipo, ni como corrientes, como es el caso de prestamos, patentes, etc.

4.4.1.2 Los Pasivos

Son las deudas adquiridas por la empresa y se clasifican en:

⁸ ANZOLA ROJAS, Servulo. Administración de Empresas. México: Mc. Graw Hill, 1993.

- **Corrientes**

Son las deudas de la empresa como impuestos y cuentas por pagar, que deberán liquidarse en un periodo menor a un año.

- **A Largo Plazo**

Son las deudas que la empresa deberá liquidar en un periodo mayor a un año, se incluyen aquí las deudas amortizadas gradualmente como en el caso de los préstamos bancarios.

4.4.1.3 El Patrimonio

Es lo que realmente pertenece a la empresa en el momento del balance y se clasifica, así:

- **Capital**

Son los aportes iniciales por parte de los socios o empresarios en el momento de fundar la compañía.

- **Utilidades Retenidas**

Son las que se han reinvertido en la empresa.

- **Utilidades del Periodo Anterior**

Son las obtenidas por la compañía en el periodo o ejercicio anterior. De acuerdo con los preceptos anteriores, con el conocimiento y la debida supervisión de éste Estado Financiero, se tendrá conocimiento verídico de la empresa, su situación actual y cuales deben ser los procesos a implantar y decisiones a adoptar.

4.4.1.4 Presupuestos

Los presupuestos son el principal instrumento para la planeación y el control y para lograr su finalidad deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Asegurar un plan general de los recursos disponibles.

- Determinar que efectivo se generará internamente en la empresa para financiar las actividades proyectadas.
- Aprobar las principales partidas de gastos de capital y fijar los límites de partidas menores.
- Fijar las metas para ingresos y gastos corrientes.
- Poseer una base detallada que permita dar reportes comparativos a lo largo del ejercicio.

4.4.1.5 Clasificación de los Principales Ingresos y gastos⁹

- Partidas que pueden determinarse en forma precisa, tal como rentas.
- Partidas clasificadas en detalle y de acuerdo a cada departamento.
- Partidas como las ventas, que se estiman de manera amplia.

⁹ PICKLE, Hal B. y ABRAHAMSON, Royce L.. Administración de Empresas. México: Limusa, 1992.

- Partidas menores, que por su tamaño no valen la pena ser estimadas al detalle.
- Contingencia, para lo cual se asignará una cantidad cerrada para imprevistos, de acuerdo a la experiencia.

4.5 LA ESTRATEGIA Y LOS PLANES DE MERCADEO

Las empresas deben tener unos objetivos claros, dinámicos y flexibles, como respuesta a las situaciones del mercado y de la competencia. Estos objetivos se logran a través del esfuerzo organizado de toda la empresa, cuyos métodos y procedimientos deben ser lo suficientemente hábiles, como para poder adaptarse al cambio y lograr los objetivos propuestos. Es por ello que las empresas se ven abocadas a la adopción de estrategias que les permitan mantenerse avante, más en un mercado que día a día se ve más tecnificado y requiere de mayor creatividad para lograr llegar a un mayor grupo de consumidores.

Hoy en día solo las empresas eficientes pueden perdurar en el mercado, teniendo ellas que maximizar su productividad, minimizando sus costos. Esto se logra imponiendo una detallada planeación (con planes a corto y largo plazo), mediante o a través de los siguientes pasos:

4.5.1 Diagnóstico

La empresa debe evaluar su situación real dentro del mercado, detallando al máximo toda la información relevante, con el fin de facilitar la labor del análisis. Esta evaluación debe ser permanente, con el objeto de ser una evaluación preventiva y no curativa. Es decir se debe trabajar la parte del

diagnóstico periódicamente, lo que garantizará la seguridad y veracidad de las decisiones o estrategias que se asuman.

4.5.2 Pronóstico

En el momento que el diagnóstico esté completamente estructurado, hay que determinar por qué camino hay que seguir, buscando cual será el curso más probable de los siguientes acontecimientos:

- Ventas de la empresa (estimación realista).
- Rentabilidad de la inversión (y en algunos casos habrá que establecer la tasa interna de retorno, Relación beneficio - costo).

Todos estos tópicos permitirán saber la situación real del producto o servicio lo que generará una decisión más acertada.

4.5.3 Designio

Teniendo ya una determinada intención, hay que organizar como se va a canalizar el esfuerzo a realizar:

- Especificando cómo se va a satisfacer la necesidad singular del mercado.

- Programando planes concretos de ventas.
- Organizando los canales de distribución más efectivos.

Todos estos pasos permitirán o mejor aún aseguraran la asertividad de un plan de mercadeo a aplicar.

4.5.4 Táctica

La táctica establece que herramientas han de seleccionarse, utilizando exclusivamente las más eficientes, es así como se desechará ayudas innecesarias y sólo se acudirá a aquellas que realmente serán efectivas en la estrategia.

4.5.5 Control

Al estar el plan en pleno desarrollo hay que verificar, que la organización este alcanzando los objetivos propuestos con los recursos y las herramientas asignadas, y con las personas responsables.

4.6 LA ESTRATEGIA PUBLICITARIA

Las FFMM, no es una Institución que presente un modelo de estrategias publicitarias esquematizados que sean eficaces y además públicas, por lo que no hay un elemento que pueda ser aplicado en el medio publicitario que requiera de él. Por ello las estrategias publicitarias que se llevan a cabo son propiedad interna y exclusiva de cada empresa a nivel endógeno.

Sin embargo, en el país se busca fomentar la aplicación de estrategias mediante el estímulo que genera la participación en concursos, que están supeditados únicamente a la evaluación del trabajo creativo o al resultado de ventas sin considerar el proceso o la realización posterior de cada campaña, que incluso son tópicos de igual o mayor importancia en el proceso.

4.6.1 Estrategia Publicitaria Eficaz

En la estrategia publicitaria lo que se busca es como conseguir lo que se pretende de una publicidad, una vez definida ésta. De esto se desprende la importancia de tener un objetivo claro y preciso, para conseguir algo mas que

una eficaz pieza (equivale al plan o estrategia comercial a aplicar) o una buena publicidad.¹⁰

Hay una serie de cuestiones previas a la creación de una pieza permitirán una correcta orientación. La creación como nacimiento espontáneo o idea brillante puede ser un gran fracaso al analizar posteriormente los porcentajes de venta del producto en cuestión.

Es posible establecer una clasificación según el tipo de objetivo publicitario. Si hablamos de una nueva marca lo que se va a buscar es la percepción de los consumidores hacia el producto. De una ya existente, podrá modificar ideas que se tienen del producto; revirtiendo ciertas percepciones negativas del consumidor hacia la marca (esto puede haberse provocado por desgaste natural en el ciclo de un producto en el mercado); recordando y destacando los valores positivos, de una marca que goza de buena salud.

Tener en cuenta aquí, que los consumidores suelen olvidarse de las cosas, además de las virtudes de un producto. Puede ocurrir que sean muy pocas las diferencias de características de dos productos, en este caso, la

¹⁰ SERNA GÓMEZ Humberto. Gerencia Estratégica. Editorial 3R Editores. Bogotá, 1999.

publicidad debe apelar a la diversión, buscando un buen "*feeling*" con el consumidor, inclinándolo hacia la marca requerida.¹¹

4.6.2 Estrategia Publicitaria Propuesta para La Armada Nacional

De acuerdo a lo expuesto acerca de un adecuado plan publicitario, se propone los siguientes pasos:

- Llevar a cabo la implementación de un programa informativo en la televisión (en una cadena nacional).

- Buscar el apoyo económico del mismo presupuesto que para su desenvolvimiento posee la Armada, además de acudir al Ministerio de Defensa y propender por su patrocinio.

- Dar a conocer a la ciudadanía en general mediante este programa publicitario las actividades ejecutadas por la Armada Nacional, sus diferentes acciones comerciales (Ver Anexo 1).

¹¹ UNDERWOOD H. Thompson. Estrategia del Producto. Editorial Oikos - Tau. Barcelona España, 1978.

- Acudir a la difusión mediante comerciales y todo lo que se permita en el programa de televisión, semejando lo hecho por el ejercito nacional.

- Aplicar las estrategias de mercadeo planteadas y de esta forma determinar el como llegar a la población, es decir, los argumentos que contendrán el programa de televisión y su efectividad y posicionamiento, que permitirá además del conocimiento, llegar a la población civil y familiarizarla con la Armada Nacional.

4.7 ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN MILITAR

El gasto militar se define como la medida del esfuerzo económico que Colombia efectúa para la conformación y sostenimiento de una fuerza militar encargada de la provisión de un bien público. La defensa Nacional en su Decreto 3398/65, acude a lo doctrinado por la Constitución Política en su artículo 217 que señala: "La nación tendrá para su defensa unas fuerzas militares permanentes constituidas por el Ejército, la Armada y la Fuerza Aérea. Las Fuerzas Militares tendrán como finalidad primordial la defensa de la soberanía, la independencia, la integridad del territorio nacional y del orden constitucional".

En términos económicos, de 1990 a 1998, el gasto de la fuerza pública representa una participación del 13.8% dentro del gasto del Gobierno Central y de un 2.8% del porcentaje del PIB.

Ahora bien, el gasto militar que presentó la Armada Nacional en 1999 equivalió a (\$369.137.5) millones de pesos y (366.565.2) para el año 2000, cifras estas que aunque son asumidas como elevadas, deben basarse en la intencionalidad de generar bienestar social, que se fundamenta en la imperiosa necesidad de generar tecnología.

La Armada Nacional presenta un crecimiento real de su gasto del 136.8% entre 1991 y el año 2000, dándose un promedio del 136.9% para los gastos personales y del 113.3% para gastos generales, en cuanto a la inversión el porcentaje se dio en un 116.2%.

La participación promedio de los gastos de personal y transferencias en el periodo ha sido del 53%. Hasta el año 2000, la Fuerza tuvo un incremento en su pie de fuerza del 30% representada por 4.300 nuevos hombres incorporados en sus filas. Los gastos generales tuvieron una participación promedio del 20.2% para el periodo 1991-2000. La inversión tuvo un periodo importante de expansión entre los años 1995 y 1997, donde la participación promedio en el presupuesto total de esos años llegó al 34.5% pero a partir del año 1998 disminuye la participación de la inversión en el gasto total hasta ubicarse en 19% por el año 2000.

4.8 BIENESTAR SOCIAL

El bienestar social desde el punto de vista, político remite a entenderlo como un concepto que está íntimamente vinculado al trabajo social. Su influencia se da justamente en el contexto de constitución de la acción social del estado, como parte de sus funciones y como una forma de enfrentar las disfunciones generadas por el proceso de industrialización y urbanización en el contexto de instauración del sistema capitalista.

El concepto de bienestar social está vinculado a la idea de progreso social, en el sentido de que la modernidad convertida en proyecto capitalista es la instauración de una sociedad capaz de satisfacer las necesidades materiales y espirituales.

Se lo considera como una suma de bienestares individuales: si todos consumen y venden en el mercado todos satisfacen sus necesidades, el bienestar social está inmerso en esta ecuación económica.

Sin embargo, con el desarrollo del estado de bienestar, el concepto comienza a relacionarse con la política social y a incorporarse como objetivo del trabajo social profesional.

Posteriormente, en pleno auge de las políticas sociales y como parte del desarrollo sostenido del capitalismo y la sensación del progreso y satisfacción de necesidades "El bienestar social es considerado como un sistema global de acción social que responde al conjunto de aspiraciones sociales de los pueblos con relación a sus condiciones de vida y convivencia. Para ello se combinan necesidades sociales, recursos materiales, humanos, técnicos, institucionales y financieros aplicables en el transcurso histórico del desarrollo social". Este concepto trasciende el plano de lo económico, pero no da cuenta de los factores socio-económico, que juegan como elementos determinantes en la configuración de las condiciones de vida.

Bienestar social es un concepto que encierra una aspiración de la sociedad a partir de la instauración de la modernidad que influyó en la configuración de las prácticas asistenciales más sistematizadas, constituyendo el primer antecedente de lo que después sería una metodología de intervención.

La organización de la caridad, que asume el concepto de bienestar social como objetivo, es incorporado al trabajo social profesional, y posteriormente retomada como el ámbito del quehacer profesional. Como objetivo, en tanto se entiende que la asistencia organizada trabaja con los individuos para aliviar la pobreza, así como para liberar a los hombres del peso de las circunstancias de la pobreza; procurando que cada individuo asuma su

responsabilidad para orientar sus existencias individuales y contribuir al bienestar de la comunidad en que viven.

Mary Richmond la retoma de manera más sólida en una propuesta de investigación, diagnóstico y tratamiento , propuesta que ha tenido y tiene vigencia en la actualidad, pero con un contenido teórico distinto. El sentido de direccionalidad de este proceso de intervención estaba centrado en el bienestar social como aspiración individual, el objetivo era tecnificar el proceso de intervención con el fin de conseguir el bienestar social con una aspiración técnicamente factible en la solución de cada caso social¹².

¹² MAESTRE, Agapito: Reflexión para una ética en democracia. Discurso ético y utopía. En González y Quesada, Coordinadores. Teorías de la Democracia. Anthropos - Universidad Autónoma Metropolitana. Barcelona, 1992.

5. HIPÓTESIS

Al presentar un análisis de la inversión militar efectuada por la Armada Nacional en los últimos dos (2) años, se podrá generar un informe y una estrategia publicitaria, que de a conocer al país, como este gasto es algo más que ello, y representa una forma de generar bienestar social.

6. METODOLOGÍA

6.1 TIPO DE ESTUDIO

El presente es un estudio de tipo descriptivo, cuyo objetivo es llevar a cabo un análisis del gasto que la Armada Nacional ejecuta para Inversión Militar y como este se convierte en una herramienta generadora de Bienestar Social.

6.2 DISEÑO

Etapa I:

Recolección de Información.

Se procedió a recolectar la información pertinente y anexa al tema, para lo cual se establecieron las siguientes fuentes:

- Fuente Primaria: Obtenida de la Armada nacional

- Fuente secundaria: Mediante consultas que se llevarón a cabo en bibliotecas, Internet, libros y todos los informes inherentes al tema.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES






- La inversión que realizan las Fuerzas Militares, específicamente la Armada Nacional en los últimos años, presenta cifras elevadas, que si son analizadas de manera socioeconómica, generan medios de formación y adquisición de materiales que benefician a toda la nación.
- Es necesario dar a conocer a la ciudadanía, la verdadera labor de la armada Nacional y el beneficio que esta conlleva, parta lo cual se propone aceptar la intención de implementar un programa de televisión que difunda este tipo de actos ejercidos por la Institución.
- El gasto militar ejercido por la Armada, se encuentra enfatizado al personal, seguido de inversión en armamento que es acogido para la realización de estrategias que son benéficas a la población civil, especialmente que colinda con los dos mares nacionales.
- La acción de difusión de los procesos ejecutados por la Armada, permitirán determinar su verdadera labor y la relevancia de las mismas en el país y por ende para sus habitantes.




- Existen diversidad de acciones de la Armada, que se pueden denominar como estrategias y que son innumerables, por lo tanto se hace necesario que el país, reconozca al menos algunos de ellos, para lo cual se recomienda a la institución el acoplamiento a una pauta publicitaria televisiva que le permita su diseminación a nivel nacional.

- Llevar a cabo acciones que propendan por el bienestar del país y sus ciudadanos, con objetivos primordiales de la Armada, lo que hace loable su actividad y el respectivo conocimiento de las mismas en todo el territorio nacional.

BIBLIOGRAFÍA

- 📖 ÁLVAREZ, Miguel; MORENO, Carlos; CALVO, Julieta; SOLER, Arturo; COCK, Víctor. Desplazamiento Forzoso y Reubicación. Procuraduría General de la Nación, Colombia. 1995.
- 📖 BELTRÁN, Jesús. Indicadores de Gestión. Editores 3R, Colombia, 1998.
- 📖 BROWN, Warren; MOBERG, Dennis. Teoría de la Organización y la Administración, Enfoque Integral. Limusa, S.A. México, 1993.
- 📖 CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. Colombia. 1994.

-  DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN. Unidad de Justicia y Seguridad. El gasto militar: desarrollo teórico y comparativo internacional. Informe 2. Imprenta Nacional, Bogotá. 2000.
-  HERNÁNDEZ, Roberto, FERNÁNDEZ, Carlos, BAPTISTA, Pilar. Metodología de la Investigación. Editorial MC GRAW HILL, Colombia 1997.
-  INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN "ICONTEC" Tesis y Otros Trabajos de Grado, Colombia, 2000.
-  KOONTZ, Harold y WEIHRICH, Heinz. Administración Una Perspectiva Global. Editorial Mc Graw Hill, México 1998.
-  MAESTRE, Agapito. Reflexión para una ética en democracia. Discurso ético y utopía. En González y Quesada, Coordinadores. Teorías de la Democracia. Anthropos - Universidad Autónoma Metropolitana. Barcelona, 1992.

-  MARINO, Hernando. Planeación Estratégica de la Calidad Total. TRES M Editores, Colombia 1993.
-  MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología. Guía para Elaborar Diseños de Investigación en Ciencias Económicas, Contables y Administrativas. Editorial Mc. Graw Hill. Bogotá, 1998.
-  MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL. Documento "Análisis del Gasto Militar en Colombia 1990 – 2000. Bogotá, 2001.

A N E X O S

ANEXO 1

En 1954 se estableció el primer Apostadero Naval en Buenaventura, con sede en el Segundo Piso de Administración Municipal y la Marinería en el Tabor. Ese mismo año se iniciaron estudios con el fin de determinar su localización en otro lugar con base en criterios técnicos, estrategias de operación y de futuro progreso.

El Decreto No. 98 de 1947 destinó para la Fuerza Naval del Pacífico una zona de terrenos baldíos circundantes de Bahía Málaga los cuales por Decreto No. 2416 de 1934 habían sido reservados para uso del gobierno. El 19 de Diciembre de 1.984 en Bahía Málaga se firmó contrato entre los Gobiernos de Colombia y Suecia para la Construcción de la Base Naval ARC "MALAGA". El proyecto que se construyó bajo la modalidad de contrato "llave en mano" previsto en el Decreto 222, artículo 247 y el cual tuvo un costo de U.S.\$150 millones financiado a través de varios institutos de crédito de Suecia, Finlandia y Noruega.

El contrato incluyó el diseño, construcción y puesta en operación de la Fuerza Naval del Pacífico y su Base Naval, con interventoría de la firma Colombiana Ingenieros Consultores INESCO LTDA (Ingeniería Estudios Control), así como la construcción de la carretera entre Buenaventura y la Base Naval de 110 Kilómetros de longitud aproximadamente, la cual es tarea a cargo de la compañía Pablo Emilio Bravo S.A y control permanente de la Armada Nacional a través de un grupo de Oficiales y profesionales en diferentes disciplinas integradas en una Gerencia General del Proyecto.

BIBLIOTECA CENTRAL DE LAS FF.MM.
"TOMAS RUEDA VARGAS"



201005846

TMP6760