

ORIGEN, NATURALEZA, FUNCIONES Y POSIBILIDADES DE LAS
LIGAS DE CONSUMIDORES DE BARRANQUILLA EN EL
TRABAJO SOCIAL COMUNITARIO

MIRYAM ARIZA PULIDO
JUANA HERNANDEZ GARCIA

Trabajo de Grado presentado como
requisito parcial para optar al
título de Trabajador Social.

Director: ADALBERTO REALES
Sociólogo

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR
FACULTAD DE TRABAJO SOCIAL
BARRANQUILLA, 1986

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Barranquilla, de

DEDICATORIA

Dedico esta mi magna obra a los seres que se constituyeron en el eje fundamental de respaldo a mi esfuerzo por superarme y alcanzar mi título profesional.

A mis Padres quienes día a día me secundaron con amor , dedicación y sacrificio, abanderando conmigo la meta del triunfo.

Juanita



AGRADECIMIENTOS

Las autoras expresan sus agradecimientos :

A JORGE TORRES, Trabajador Social, Decano de la Facultad de Trabajo Social de la Universidad Simón Bolívar.

A CARLOS OSORIO, Trabajador Social, Vicedecano de la Facultad de Trabajo Social de la Universidad Simón Bolívar.

A ADAIBERTO REALES, Sociólogo, Profesor de la Universidad Simón Bolívar y Director del Trabajador.

A GUILLERMO ASHTON, Economista, Profesor de la Universidad Simón Bolívar.

A DARCY GALLARDO, Trabajadora Social, Profesora de la Universidad Simón Bolívar.

A MARGARITA JASSIR, Presidenta de la Asociación de Consumidores de Barranquilla.

A la UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR

A el DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADISTICA -DANE-

A la PREFECTURA DE PRECIOS Y MEDIDAS

✓ A la ALCALDIA MUNICIPAL DE BARRANQUILLA

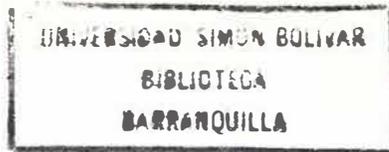
A todas aquellas personas que en una u otra forma colaboraron en la realización del presente trabajo.

TABLA DE CONTENIDO

	pág.
1. EL TRABAJO COMUNITARIO: EVOLUCION Y TENDENCIAS..	3
1.1 FORMAS TRADICIONALES DEL TRABAJO SOCIAL COMUNITARIO	5
1.1.1 Método de Trabajo Social de Caso	6
1.1.2 Trabajo Social de Grupo	10
1.1.3 Método de Trabajo Social de Comunidad	12
1.2 FORMAS RECONCEPTUALIZADAS	14
1.2.1 Método Básico	15
1.2.2 Método de Concientización o Temático	17
1.2.3 Método Unico	18
1.3 TENDENCIAS ACTUALES	21
1.3.1 Método de la Acción Transformadora	21
1.3.2 Método de la Militancia y el Compromiso	22
1.3.3 Método de Investigación-Acción	23
1.3.4 Método de Intervención en la Realidad	24
1.4 RESUMEN	25
2. LAS FORMAS Y MECANISMOS DE LA DINAMICA COMUNITARIA	27

	pág.
2.1 LAS ORGANIZACIONES DE BASE	30
2.2 LAS FORMAS DE CONTEXTO ECONOMICO	39
2.2.1 Las Cooperativas	40
2.2.2 Microempresas	43
2.2.3 Empresas Puramente Familiares	45
2.3 LAS FORMAS GREMIALES	47
2.3.1 Los Sindicatos	48
2.3.2 Ligas Campesinas	50
2.4 LA ORGANIZACION POLITICA	51
2.4.1 Partidos Políticos	52
2.4.2 Movimientos	53
2.4.3 Grupos Armados	53
3. LAS LIGAS DE CONSUMIDORES Y SUS POSIBILIDADES EN EL TRABAJO COMUNITARIO	55
3.1 NATURALEZA Y OBJETIVOS	60
3.2 ORGANIZACION Y FUNCIONAMIENTO DE LAS LIGAS	66
3.3 PROBLEMAS Y LIMITACIONES	73
3.4 PARTICIPACION COMUNITARIA	80
4. LA ASOCIACION Y LAS LIGAS EN LA CIUDAD DE BARRAN- QUILLA Y LA PROBLEMATICA DE LA CANASTA FAMILIAR..	85

	pág.
4.1 SURGIMIENTO Y EVOLUCION DE LA ASOCIACION Y LAS LIGAS DE CONSUMIDORES EN BARRANQUILLA	86
4.2 PROBLEMAS QUE AQUEJAN EL FUNCIONAMIENTO DE LAS LIGAS EN LA CIUDAD	91
4.3 LAS COMUNIDADES, LA CANASTA FAMILIAR Y LAS LIGAS DE CONSUMIDORES	97
4.4 ALTERNATIVAS PARA EL MEJORAMIENTO DEL TRABAJO DE LAS LIGAS EN BARRANQUILLA	100
5. PROPUESTA DE TRABAJO SOCIAL	104
CONCLUSIONES	109
BIBLIOGRAFIA	111



INTRODUCCION

Estudiar los antecedentes de la protección al consumidor en Colombia, llevaría a indagar en las diferentes normas jurídicas que se han adoptado, cuáles han contribuido en la protección, educación, información y representación de los consumidores. Al respecto se han expedido disposiciones de control de pesas y medidas, fijación de precios, normalización técnica, condiciones especiales para la venta de ciertos artículos o prestación de servicios, pero sin que existiera, hasta hace poco, una definición de términos y una codificación que permitiera crear un marco jurídico de protección.

La situación planteada se superó con el llamado "Estatuto del Consumidor", conjunto de normas que establecen conceptos y criterios definidos alrededor de los derechos de los consumidores. Dicho estatuto descansa en lo fundamental en la Ley 73/81 y el Decreto 1441/82.

A partir de este Estatuto han florecido las Asociaciones de Consumidores en todo el país, Barranquilla por su parte

no se ha quedado atrás en este fenómeno , y hace aproximadamente cuatro años que cuenta con su Asociación.

En lo que respecta a este trabajo, es un estudio sobre el tema de las Ligas de Consumidores que tiene como finalidad estudiar la estructura orgánica de estas formas de organización comunitaria y las posibilidades que el Trabajo Social Comunitario puede encontrar en ellas, al lado de formas como, el cooperativismo, microempresas, sindicatos, acción comunal, como medio para involucrar en los procesos, del ingreso y el egreso familiar. Este estudio se desarrollará utilizando los métodos de la investigación científica, como el analítico, inductivo y deductivo, así como de planeación en lo que respecta al diseño de una propuesta.

El trabajo está destinado , por una parte a los Trabajadores Sociales, y por otra a todas aquellas personas que se muestran interesadas en los problemas y asociaciones que se dan en la comunidad.

1. EL TRABAJO COMUNITARIO: EVOLUCION Y TENDENCIAS

El inicio de un proceso de praxis social comunitaria, es ante todo, un proceso de inmersión en una realidad social, en un momento histórico dado. Es un compromiso con el núcleo social en que desarrollamos actividades, cuya finalidad comprende la atención de los problemas, la superación de limitaciones y, la proyección de metas y objetivos cuya generalidad y ambición deben estar señaladas por el nivel de conciencia alcanzado por la comunidad, por los recursos a disposición y por la capacidad de voluntad y de movilización desarrollada. Si bien es cierto que en lo material está la base de la satisfacción de nuestras necesidades básicas, y por consiguiente de las comunidades populares, la acción del profesional, su preocupación, debe centrarse en el desarrollo de un adecuado nivel de conciencia de la comunidad acerca de sus necesidades y posibilidades, del curso de las acciones a emprender, y del desarrollo de un buen nivel de movilización, de organización, de solidaridad y voluntad de trabajo. Sin ello, los logros son muestras de paternalismo.

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR
BIBLIOTECA
CARRERA PROFESIONAL

El curso inicial de la acción profesional que se extiende en una secuencia de acción-observación participante-sistematización, conduce o debe hacerlo, al establecimiento de una propuesta concreta cuyas metas, ya se dijo, están delimitadas, condicionadas, por la base material existente, y el nivel de conciencia y la capacidad de movilización desarrollada.

La población de una comunidad es un fenómeno que debe estudiarse en sus aspectos estáticos y dinámicos, cualitativos y cuantitativos: su volumen, su composición, su origen; sus razones culturales, su distribución por edad y sexo, son aspectos demográficos que exigen la utilización de las estadísticas y la demografía.

Las acciones de un proceso de praxis social están muy lejos de constituir, en su etapa inicial, un ejemplo de espontaneidad; deben encuadrarse en un marco programático, en el que las actividades constituyen la materialización del proyecto de intervención. Por ello, la etapa inicial del proceso forma parte de la fase de preparación de la propuesta de Trabajo Social Comunitario, con la cual el profesional y la comunidad, deben dar respuesta a la carencia, limitaciones y problemas, así como a las expectativas de la comunidad luego de un plazo prudencial, para superar las actividades asistencialistas que le ocuparon

en esa etapa, y dar paso a formas superiores de intervención.

Todo hecho, acto o fenómeno de significación social, el contenido general, debe ser observado y asimilado con arreglo a los parámetros universalmente aceptados para el caso, para que pueda ser comparado con la experiencia histórica sistematizada por el hombre en las estructuras científicas.

Ahora bien, el Trabajo Social Comunitario ha tenido una historia, en la cual han surgido diferentes métodos y diversas formas de abordar el Trabajo Social Comunitario, a continuación se hablará de las más importantes.

1.1 FORMAS TRADICIONALES DEL TRABAJO SOCIAL COMUNITARIO

El Trabajo Social es una profesión muy importante en el desarrollo de la vida moderna, basada en la realidad social y en la necesidad de transformar y modificar la sociedad, y fue creada para que respondiera a la situación específica de cada país.

Debe participar con todas las profesiones relacionadas con la atención del ser humano y su campo de acción está perfectamente delimitado en una identidad propia con me-

canismos prácticos que la hacen más ágil para cualquier otra disciplina afín.

El Trabajador Social en los momentos actuales trabaja con la familia, con los sectores populares, con sindicatos y con otros estamentos. Pero las Ligas de Consumidores, es un sector que no ha sido muy investigado y no se han averiguado las reales posibilidades que tiene en ella el Trabajador Social.

Por lo anterior consideramos necesario adentrarnos en los diferentes métodos utilizados por el Trabajo Social Comunitario a través de su historia, para así conocer su forma de trabajo y sacar elementos de él para lograr un mejor resultado para el Trabajo Social en su proceso de intervención en las Ligas de Consumidores.

1.1.1 Método de Trabajo Social de Caso

El Servicio Social de Casos Individuales, ha sido puesto en práctica mucho antes de la época en que empieza a operar realmente como tal, (1920).

Cuando los hombres se apercebieron que sus relaciones habían dejado de ser primitivas y simples entre sus semejantes encontraron seres especialmente dotados para faci-

litar sus relaciones mutuas. Educadores, eclesiásticos, jueces, médicos, han demostrado poseer esta aptitud que, por otra parte, no ha constituido jamás una prerrogativas de estas cuatro profesiones, ni de ninguna de ellas en particular.

Mary Rchmond, al lado de Gordon Hamilton simbolizan para los Trabajadores Sociales de Caso los maestros que han construido el proceso y la teoría clásica de este método. Fueron ellos los que sistematizaron y le dieron cuerpo teórico a éste método.

Según Mary Richmond, el servicio social de casos individuales "es el conjunto de métodos que desarrollan la personalidad, reajustando consciente e individualmente al hombre a su medio social"¹.

Ahora hay que mencionar que el medio social deja de pertenecer solamente al espacio: se amplía hasta alcanzar el horizonte del pensamiento del hombre y los límites de su poder de mantener relaciones con sus semejantes y se reduce hasta excluir todo aquello que no tiene influencia real sobre su vida emotiva, mental y espiritual.

¹ RICHMOND, Mary.E. Caso Social Individual. Buenos Aires, Humanitas, 1962. p. 67

En el Trabajo Social de Caso, según Mary Richmond debe tenerse en cuenta lo siguiente:

- Comprensión de la individualidad y de las características personales: los dos tipos de comprensión: comprensión de la individualidad y comprensión del medio social, debe ser considerados simultáneamente, ya que solamente por su combinación se revela la personalidad.

- Comprensión de los recursos, de los peligros y de las influencias del medio social.

- Acción directa de la mentalidad de la asistente social sobre la de su cliente: Los diferentes aspectos del tratamiento clasificados bajo el título de acción directa, comienzan con servicios, a veces muy humildes, que tienden a afirmar las relaciones personales del Trabajador Social y su cliente.

- Acción indirecta ejercida por el medio social: la acción indirecta emplea los múltiples elementos del medio social -las personas, las instituciones, las obras, las cosas materiales-, aunque no son los únicos recursos propios del Trabajador social, le son de gran ayuda en su trabajo.

El método de caso es definido, por otra parte, como proceso para ayudar al individuo a afrontar con eficiencia sus problemas, mediante acciones psico-sociales que operen cambios normativos en la conducta de equilibrio individual.

El proceso no se aplica en forma ordenada, muchas veces el tratamiento comienza en la primera entrevista, cuando se ha facilitado la expresión de los sentimientos hostiles, culpabilidad o angustia, lo que produce un descanso al cliente al liberarse de sus tensiones que lo tenían inmovilizado y le permiten ocuparse en forma constructiva de sus problemas. "Es decir, que la terapia de catarsis ha permitido la liberación de la represión psicológica de sus problemas"²

El tratamiento conduce a terapias y a la prestación de servicios adecuados al diagnóstico formulado. El tratamiento se plantea en función del logro de objetivos inmediatos, mediatos o a largo plazo de acuerdo con el problema, la motivación del cliente, capacidad de autosuperación, recursos disponibles, y los núcleos a intervenir (familia, grupo, comunidad).

El tratamiento de Trabajo Social de Caso concibe al clien-

²TORRES DIAZ, Jorge. Historia del Trabajo Social. Barranquilla, Grafitalia, 1985. p. 219

te como objeto y sujeto del problema y el asistente social es el agente intermediario que orienta y canaliza a la problemática individual.

En Latinoamérica el problema individual es estudiado bajo una concepción dialéctica materialista.

1.1.2 Trabajo Social de Grupo

El Trabajo Social de Grupo como método específico del Trabajo Social para la acción profesional, se reconoce oficialmente en 1946 en la reunión de la Conferencia Nacional de Trabajo Social en Búfalo, Nueva York, promovido por los estudios de grupo de la Asociación Americana para el estudio del Trabajo Social de Grupo.

Tiene el Trabajo Social de Grupo tres premisas fundamentales en su método que son:

- El servicio social como profesión trata de mejorar el funcionamiento social de las personas.
- Existe una correlación significativa entre funcionamiento social y experiencia en grupo.
- Las personas necesitan de ayuda -a veces de ayuda pro-

fesional- para mejorar su funcionamiento social. El Trabajo Social de Grupo es uno de los medios para hacerlo.

Fundamentalmente la práctica de trabajo de grupo implica conocimiento del comportamiento individual y de equipo de las condiciones sociales y de las relaciones comunitarias basado en las modernas ciencias sociales.

Sobre la base de este conocimiento el Trabajo de Grupo aporta a éste una habilidad en el mando que permite a los miembros utilizar sus capacidades al máximo y crear actividades socialmente constructivas.

Desde el primer momento en que el Trabajador Social se pone en contacto con el grupo, es el encargado de establecer una positiva relación con sus miembros a través de una interacción dinámica que equivale al cómo se dá el Trabajo Social de Grupo. Esta interacción debe entenderse como respuestas emocionales que fluyen y refluyen, creciendo en la medida en que juntos pasan por ciertas experiencias.

Sea que inicie la actuación de un grupo o que lo tome en determinada etapa de su desarrollo, el Trabajador Social debe trabajar con el ritmo acorde a la capacidad del grupo, sin sugerir ni imponer realizaciones ni una organización formal que no respondan a sus necesidades ni a su

capacidad, pues el grupo puede no estar dispuesto para aceptarlas o no haber llegado a la etapa correspondiente de su proceso.

La actuación del Trabajo Social de Grupo varía según los diferentes grupos y según la etapa del proceso. No es lo mismo orientar a niños en un barrio marginado, que a niños de clase media alta, ni trabajar con ancianos en un club que con ancianos en un asilo. En las primeras etapas el proceso es más directivo que en las últimas, ya que el grupo sólo requiere asesoramiento. La orientación tiene que ser adecuada a las características del grupo y a la personalidad de sus miembros.

Los objetivos del Trabajador de Grupo incluyen previsión para el desarrollo personal de acuerdo con la capacidad y la necesidad individual y la adaptación del sujeto a otras personas, grupo y sociedad y además, la motivación del individuo hacia la mejora de la comunidad y el propio reconocimiento de sus derechos, habilidades y diferencias con los otros hombres.

1.1.3 Método de Trabajo Social de Comunidad

Dicen algunos autores que el desarrollo de la comunidad es un proceso para suscitar grupos funcionales de ciuda-

danos capaces de ser los agentes activos y responsables de su propio progreso, usando para ello como medios: la investigación en común de los problemas locales, el planeamiento y la ejecución por sí mismo de las soluciones que antes convinieron y la coordinación voluntaria con los demás grupos y con la autoridades oficiales, de modo que se obtenga el bienestar social de la comunidad.

La Organización de Naciones Unidas define el desarrollo de la comunidad de la siguiente manera: Es el proceso por el cual el propio pueblo participa de la planificación y en la realización de programas que se destinan a elevar su nivel de vida. Eso implica la colaboración indispensable entre los gobiernos y el pueblo para hacer eficaces esquemas de desarrollo viables y equilibrados.

El estudio de la comunidad comprende la recolección de datos históricos, geográficos, ecológicos, antropológicos, económicos, sociales, culturales, políticos, religiosos, recreativos, institucionales, organizativos y de servicios infra-estructurales que posee un determinado territorio geográfico previamente delimitado.

El diagnóstico comunitario, por su parte, se constituye en radiografías, que analizan los diferentes factores interrelacionados e interdependientes para establecer jerar_

guías y alternativas de acción prioritarias.

1.2 FORMAS RECONCEPTUALIZADAS

La época de la reconceptualización (1965-1975) marcó el camino del devenir del Trabajo Social. Ha sido el período más floreciente de la profesión y el más contradictorio de todos.

Se hicieron multitud de estudios, ensayos y especulaciones. Todos ellos bajo la necesidad de un Trabajo Social nuevo, autóctono y auténtico que sentara las bases científicas de la profesión más humana de las ciencias.

Dentro de estos ensayos, sobresalen los intentos de definir el objeto de estudio de intervención del Trabajo Social, tomándolos como una unidad indivisible, mantenidos en su diferenciación esencial, como elementos de un mismo proceso.

Durante esta época se orienta el Trabajador Social hacia la toma de una opción política, ideológica y social, amparado en la ciencia y en el verdadero quehacer de su profesión: la conquista del bienestar colectivo sin explotados ni explotadores. De ahí la necesidad de organizar, educar, aglutinar, politizar y movilizar las masas popu-

lares hacia la toma de conciencia real de su problemática para la lucha de clases, que permite el cambio real de las estructuras de dominación, explotación y opresión de los núcleos pobres.

La conceptualización adoptó las teorías, revolucionarias de la ciencia social en América Latina no en función de su objeto particular, sino en función del conjunto social. Durante este período surgen diferentes métodos de abordar la realidad por parte del Trabajador Social que se estudiarán a continuación.

1.2.1 Método Básico

Enmarcado por las contribuciones de Freire, y la realidad social de Chile, surge el método Básico. En 1969 emite un artículo Freire en el que concluía:

A. Que es necesario la revisión y formación del contenido y alcance de los métodos del Servicio Social a fin de ampliar su perspectiva para lograr la realización de las funciones básicas de la profesión. La investigación social en este sentido, puede aportar una contribución significativa. La reformulación de la metodología del Servicio Social puede o no considerar como puntos de partida los tres métodos tradicionales.

B. Que para responder a las exigencias del cambio social que ocurre en la región, es necesario explorar nuevas formas de aproximación a la problemática social.³

³FREIRE. Citado por TORRES DIAZ. Metodología del Trabajo Social. Cuadernos de Trabajo Social. No.2. Universidad Simón Bolívar, Facultad de Trabajo Social. Barranquilla, 1985. p. 38

El método básico concibe que la planificación social es una disciplina en proceso de desarrollo cuyos elementos pueden contribuir a hacer el Servicio Social en América Latina más acorde con las exigencias de la problemática social de la región y pueden contribuir a hacerlo más efectivo cuando opera en los diversos niveles de la planificación social.

El método presupone una investigación en cuanto a ampliar las perspectivas que permitirán una mejor ejecución de la profesión; una interpretación diagnóstica, existe aquí un ordenamiento de los problemas, teniendo en cuenta los recursos, las personas, los proyectos a realizar, ante todo en qué sucede; tiene en cuenta cómo se desarrollarán los planes, los proyectos, las acciones tendientes a solucionar los problemas, sería entonces la planificación; tocaría luego la ejecución de esta planificación con un orden, una jerarquía, un control de lo ya previsto; y, por último la evaluación. Se hizo lo programado? cómo se hizo? revisar todos los puntos anteriores y confrontarlos con el hecho terminado. Se consiguió el objetivo.

Este método sigue utilizándose a pesar de que surgieron deseos y propuestas de remodelación y cambio.

1.2.2 Método de Concientización o Temático

Es Paulo Freire, brasileño, quien crea el método de concientización o temático. Antes de enunciar este método, Freire, coloca tras de sí toda una ideología sobre el verdadero papel del Trabajador Social en la cultura donde éste ejercerá sus funciones. Es así como cuestiona la posición del Trabajador Social de no tomar o asumir actitudes frente a las cuales se vé expuesta la cultura, la sociedad.

El Trabajador Social no debe ser, para Freire, un ser pasivo, condescendiente con los problemas, con los disfraces que se tienden para ocultar la verdadera y única realidad de un pueblo. El Trabajador Social es aquel ser comprometido. Que desenmaraña irrealidades y las muestra, las hace ver y jamás las encubre. Humaniza, por así decirlo, esta profesión ya que su objetivo principal será el ser humano y que como tal deberá estar protegido y defendido contra actitudes que vaya en su contra.

Para Freire la cultura cobra un papel preponderante en todo lo que para él significa cambio. La cultura encierra toda la gama de mostrarse un pueblo; con su forma peculiar de ser, de hablar, de mostrarse ante los demás. La cultura no debe jamás dejar de importarle a un Traba-

jador Social, quien tendrá a su cargo, entre otros muchos, el de concientizar tomando un papel activo y desmitificador y coherente con la cultura.

Esta teoría llamada también psico-social tiene como pasos básicos los siguientes:

- Delimitación del área
- Investigación temática
- Codificación
- Descodificación
- Ejecución
- Evaluación

1.2.3 Método Unico

Este método del cual se tomó mucho del desarrollado por Freire, llega a constituirse en uno de los más desconocido por el profesional del Trabajo Social, pero guarda un sistema coherente y aplicable a diferentes situaciones teniendo en cuenta las diferentes funciones o la función que se vaya a asumir y así mismo desarrolla pasos propios de acuerdo a la función social; tenemos por ejemplo: la Función de Educación Social; cuyos objetivos serían: capacitación social, capacitación técnica, cambio de las estructuras mentales. Desarrolla esta función los siguien-

tes puntos básicos: delimitación del área, investigación temática, codificación, descodificación, ejecución y evaluación.

A continuación esbozaremos todo el plan del método único.

- Función de Investigación Social para lograr:

1. Investigar la Realidad Social.
2. Investigar las Instituciones de Bienestar Social.
3. Investigar el campo de Servicio Social.

La metodología implementada es:

1. Sentimiento del problema
2. Delimitación del tema
3. Formulación de Hipótesis
4. Diseño de la Investigación
5. Trabajo de Campo
6. Análisis e interpretación de datos.
7. Informe final.

- Función de Planificación Social para lograr: cooperación en el diseño de políticas sociales a nivel nacional y para contribuir al cambio de estructuras.

La metodología propuesta para esta función es:

1. Diagnóstico
2. Determinación de metas y medios
3. Discusión y decisión
4. Elaboración del plan
5. Ejecución
6. Evaluación

Función Asistencia para solucionar los problemas inmediatos empleando el siguiente proceso:

1. Conocimiento del medio
2. Diagnóstico
3. Programación
4. Ejecución
5. Evaluación

Se presenta un predominio común para el cumplimiento de estas funciones del siguiente proceso:

1. Investigación
2. Diagnóstico
3. Planeación y Programación
4. Ejecución
5. Evaluación

1.3 TENDENCIAS ACTUALES

1.3.1 Método de la Acción Transformadora

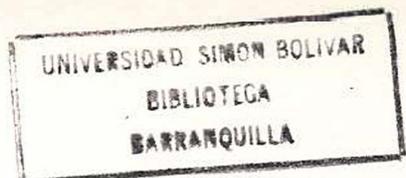
A partir de 1969, surgen en Colombia propuestas metodológicas de Trabajo Social, que inciden en algunos países de América Latina, los cuales apropian la metodología de la acción transformadora para obtener nuevas experiencias significativas, en la corriente reconceptualizadora.

Los aportes más notorios son dados por el antropólogo Manuel Zabala C. vinculado a la profesión de Trabajo Social en la Universidad Nacional de Colombia y Caldas.

Con este método se pretende ir a la realidad para asimilarla y poder transformarla. Ir al conocimiento empleando los sentidos y técnicas de registro como el diario de Campo, la cédula de cambio, el diario fichado y la expresión artística para luego reconstruir la realidad y establecer deducciones para la acción.

Es necesario una acomodación o llegar al fondo de la realidad para entender sus tradiciones y ligazones. Es el proceso de cuantificación en cualificación. Es la descomposición de la realidad para su análisis. Es la búsqueda de la unidad en la diversidad para desentrañar la esen-

cia de los fenómenos.



Proyección o Acción Transformadora: luego del conocimiento y su comprensión se vuelve a la realidad para transformarla. Es inducir a la colectividad al cambio. Es organizar, movilizar, y cambiar mediante la orientación y la lucha estructural.

1.3.2 Método de la Militancia y el Compromiso

Fue desarrollado por Ezequiel Ander-Egg, principalmente en su obra "Hacia una metodología de la Militancia y el compromiso político o Metodología del Trabajo Social", en él plantea la metodología como una acción liberadora, cuya función es concientizar, movilizar, organizar y politizar al pueblo para los procesos de cambio estructural.

En la tercera edición del libro citado aclara que la investigación no es la militante sino la práctica y que la metodología es la búsqueda de un método que sea un esfuerzo sistemático, por comprender y por conocer el pueblo y para el pueblo, para asumir de él, sus luchas de liberación.

Plantea el proceso bajo el nombre de Investigación Diagnóstica Operativa. En esta etapa se trata de adquirir

los conocimientos necesarios, los cuales están en función de la acción (de ahí el término operativo), conocer para actuar.

El método lo concibe en cuatro niveles:

1. Investigación
2. Programación
3. Ejecución
4. Evaluación

1.3.3 Método de Investigación-Acción

Fue introducido al país en 1973, cuando empieza a darse en Facultades o escuelas de Trabajo Social en Colombia.

Su objetivo central es colocar los conocimientos del investigador-militante al servicio de una causa. Esta causa es por definición una transformación profunda de la sociedad general, de la cual el grupo, región o comunidad estudiada es una parte.

Su proceso metodológico es el siguiente:

1. Investigación Militante: Mediante las técnicas de la investigación-acción para una inserción en la reali-

dad que permitan el acercamiento y el conocimiento a través de la acción:

- Investigación documental y de terreno.
- Reconocimiento de la realidad
- Identificación de tipo y naturaleza de las características populares.

2. Análisis de la realidad.

3. Devolución del conocimiento para confrontar los contenidos obtenidos con la población y lograr eficacia en la acción.

1.3.4 Método de Intervención en la Realidad

En 1977, Boris A. Lima publicó un libro titulado "Contribución a la metodología del Trabajo Social" en el cual presenta lo que él denomina "Método de Intervención en la realidad", constituido por seis fases operativas, dinámicamente interrelacionadas para facilitar la praxis social del Trabajador Social. Estas fases son:

- Sensitiva
- Información Técnica
- Investigación participante

- Determinación o nivel conceptual
- Elaboración de modelos de acción
- Ejecución y control

1.4 RESUMEN

Como nos hemos podido dar cuenta son algo numerosos los métodos que se han elaborado en el Trabajo Social para enfrentar su trabajo con la comunidad. Se empieza por el Trabajo Social de Caso y se llega a los modelos operativos implantados después de la época de la reconceptualización, período en el cual se sacudieron los cimientos mismos del Trabajo Social con miras a lograr una profesión mucho más comprometida con la realidad social y con los mecanismos de cambio.

Los métodos anteriormente descritos se ajustan a una situación específica, es decir, a una realidad determinada es necesaria la aplicación de una metodología específica.

Aunque lo notorio de todos los métodos estudiados es su fuerte compromiso con la realidad y con el deseo de cambio de unas estructuras caducas, que condenan a los oprimidos a permanecer en ese estado por todo el tiempo, ofreciéndole como única recompensa un cielo en el que todos

seremos iguales y donde se obtendrá la recompensa por los padecimientos sufridos aquí en la tierra, pero la pregunta es: pero mientras estamos en este mundo terrenal qué hacemos?

Ahora bien, el estudio de las diferentes metodologías que operan en el Trabajo Social Comunitario permitirá una mejor aproximación a la investigación de las Asociaciones de Consumidores, pues se llegará con un aparato teórico mucho más rico en lo que a forma de abordar el tema se trata, y de ahí que los resultados a obtener han de ser mucho más fructíferos, y la praxis social mucho más beneficiosa.

2. LAS FORMAS Y MECANISMOS DE LA DINAMICA COMUNITARIA

En este capítulo se pretende hacer un análisis de las diferentes formas de asociaciones que logra la comunidad con miras a defender sus intereses, sean estos: políticos, económicos, sociales, religiosos, culturales, etc. La comunidad siempre trata de defenderse y proteger su existencia de los numerosos obstáculos que le presenta el medio y la mejor forma para éste es la agrupación en pequeñas organizaciones, ya que la cooperación y ayuda mutua rinde mejores resultados, que el trabajo individual, y más en este tipo de sociedad donde el individuo es poco atendido y protegido por los aparatos estatales.

Se hará este análisis, ya que el estudio de un buen número de formas organizativas comunitarias permitirá una mayor comprensión de las tareas reales y metas específicas que puede trazarse una Asociación de Consumidores. Por otra parte la descripción de las diferentes formas de organización tiene como finalidad resaltar el papel que al lado de esas diversas formas comunitarias pueden cumplir las

ligas, especialmente porque las Ligas ~~al igual que~~ las empresas comunitarias y empresas familiares tocan el aspecto económico, ya que ellas están relacionadas con la defensa del ingreso y la defensa del consumidor, y éste en materia económica llega a constituirse en el consumidor primario, es decir, la persona.

En este capítulo se tratará de ahondar en la relación que pueden establecerse entre las Ligas y las Organizaciones de Bases, ya que en este momento es muy poco el trabajo conjunto que realizan, y como hemos visto que tienen un gran punto en común como es la defensa económica de la persona, debe propiciarse su trabajo en conjunto para que tengan una mayor efectividad dentro de la comunidad.

El trabajo aislado de las ligas, es una de las críticas más frecuente que se les hace a esa organización, por lo menos en lo que concierne a Barranquilla, ya que al no estar integrada con las organizaciones de base, pierde mucha efectividad social.

Muchas veces la comunidad, por ejemplo, desconoce por completo los objetivos de las ligas y no le ven utilidad práctica y de ahí que en muchos barrios de la ciudad no existan éstas formas de asociación, perjudicándose así notablemente el consumidor, ya que la vigilancia y control que

que pueda ejercer una liga, es determinante para un mejor control de los egresos por parte del consumidor, es decir, la personal.

Es de anotar, que el hecho que hablemos en este aparte del aislamiento de las ligas de consumidores de las otras formas de organización comunitaria, no es un mero capricho, sino que es parte del resultado obtenido después de entablar contacto directo con organizaciones comunitarias, las cuales expresaron su desconocimiento de las Ligas de Consumidores y de su papel en la defensa de los intereses de la comunidad.

Es de anotar para finalizar esta introducción que las diferentes situaciones sociales por la que atraviesa una comunidad genera modos de protección específicos; a comienzos del siglo XX cuando el problema era el del abuso a los trabajadores, una forma de agrupación que surgió fue los sindicatos; en estos momentos en que la situación económica es tan apremiante y difícil, ha sido propicio crear formas comunitarias que permitan un mejor modus vivendi a la comunidad, y de ahí salieron las microempresas. Cada necesidad social, es resuelta en la mejor forma posible por la comunidad, ya que su inteligencia y experiencia (de la comunidad), genera respuesta adecuada a sus necesidades.

Las Ligas de Consumidores, también salieron como una necesidad vital de las comunidades, y esta fue la de protegerse de los abusos y fraudes que se cometían con la venta de los productos de primera necesidad.

Hacemos este comentario para dejar claro, que todas estas formas de la dinámica social, son producto de circunstancias o necesidades materiales que exigen respuestas adecuadas por parte de la comunidad.

Se empezará haciendo el análisis de las organizaciones de base y estableciendo su posible forma de vincularse con las Ligas de Consumidores.

2.1 LAS ORGANIZACIONES DE BASE

Las organizaciones de base son aquellas que se crean en el seno de la comunidad, con el fin de desarrollar actividades específicas que conllevarían mejorar determinado aspecto de dicha comunidad.

Cuando una gran mayoría de personas se percatan o se dan cuenta que innumerables problemas económicos, alimenticios, de vivienda, de educación se están volviendo así que imposibles enfrentarlos solos y que además hay muchas familias en idénticas situación, se van creando

organizaciones de base dentro de determinada área social, como un medio para hacerle frente a los problemas comunes y conseguir así detectarlos y atacarlos, y finalmente expulsarlos del grupo social.

Dentro de las organizaciones de base podemos citar las siguientes:

- Juntas Vecinales
- Centros Sociales
- Defensa Civil
- Acción Comunal
- Asociación de Padres de Familia

Como se ha podido observar las organizaciones de base están muy arraigadas en la comunidad, las mayoría de sus miembros son un producto directo de la sociedad en la cual viven, de ahí que sea necesario que las Ligas de Consumidores establezcan contacto con estas organizaciones, pues el hecho de estar éstas conformadas por miembros auténticos de la comunidad, permite que se pueda ejecutar una mejor defensa de los intereses económica de la comunidad. También es conveniente crear dentro del pueblo conciencia respecto al papel importante que pueden cumplir las ligas, para que así el acercamiento sea bilateral.

Por otro lado no se puede olvidar que la mayoría de las organizaciones de bases están formadas por auténticos líderes comunitarios, los cuales se han ganado el respeto, el aprecio de toda la comunidad, sin ninguna clase de influencia ni contraprestación. Por lo regular estos líderes comunitarios mueven gente y su voz es oída y respetada por los demás miembros de la población, de ahí que ellos se tornen en elementos propicios para adelantar trabajo conjunto con las Ligas en defensa de los ingresos de la población.

Estas organizaciones de bases, a pesar de ser un poco semejantes tienen sus peculiaridades, que bien pueden ser aprovechadas por las Ligas para lograr mejores resultados; ahora bien, este aprovechamiento o utilización de las Ligas hacia las organizaciones de base, no pretendemos decir en ningún momento que deba ser una acción unilateral, por el contrario debe ser un trabajo bilateral, como lo hemos mencionado, es decir, las organizaciones de base también se van a beneficiar de las Ligas; es decir no se trata que la una utilice a la otra, sino que haya un trabajo conjunto, en el cual las dos se beneficien y por tanto la comunidad esté mejor respaldada. En resumidas estas organizaciones deben más bien complementarse en su trabajo, que utilizarse mutuamente.

En muchos casos serían estas mismas organizaciones de bases las impulsadoras de las Ligas de Consumidores, ya que éstas (organizaciones de bases) deben estar preocupadas por el ingreso y el egreso de la comunidad. Así que el impulso de las Ligas de Consumidores sería una tarea que beneficiaría en grado óptimo los intereses de la comunidad.

Por otra parte las organizaciones de base deben velar por la efectividad de las mismas Ligas de Consumidores, ya que actualmente existen, pero es muy poco el nexo que tienen con la comunidad; cumplen en muchas partes más un papel meramente nominativo, que efectivo. Esto sería algo importante que pueden hacer las organizaciones de base, pues es así como la comunidad se pone de fiscal de sus propios organismos, en este caso las Ligas, pues muchas veces éstas están más en papel de personas que de cumplir un real objetivo social.

Las organizaciones de bases deben también, teniendo en cuenta su interés por la comunidad, velar porque en las poblaciones se promuevan los programas de interés económico desarrollados por estamentos con el IDEMA, ICA, Cámara de Comercio, Superintendencia de Cooperativas y otros.

Dentro de las organizaciones de bases tenemos: Las Juntas Vecinas, que se encargan de resolver problemas y defender

los intereses vecinales, tienen su asiento en los centros vecinales y ayudan a que se estrechen los lazos entre una y otra comunidad. Esta organización debido al perfecto conocimiento que tienen del barrio serían ideal para trabajar conjuntamente con Ligas de Consumidores, ya que su conocimiento de las tiendas, almacenes, misceláneas, expendios de carne, le permiten ejercer un mejor control sobre los productos expendidos por estos locales.

Tenemos por otra parte los Centros Sociales, los cuales entre otras cosas deberían estar animados por Asistentes Sociales, éstos abarcan un área mucho más extensa, como un barrio o un sector geográfico determinado. Estos centros prestan servicios educativos, sociales, sanitarios, que contribuyen a resolver los problemas de dicho sector.

Estos centros estimulan el surgimiento del sector; se constituyen en un impulsador de la vida social del barrio, acelerando así su transformación. Estos centros debene evitar el abuso que puedan cometer contra la comunidad los agentes negativos, en esta tarea las Ligas pueden ser un buen aliado para controlar el abuso de los precios y demás, que recae sobre el consumidor, o sea, la persona.

Es necesario para crear un centro, contar con líderes de la comunidad; preparar a la misma comunidad, para que se-

pa lo que se va a formar; obtener un local donde funcionaría el centro y determinar en orden de importancia los problemas a resolver.

Otro bastión importante en cualquiera comunidad es la Defensa Civil, ella hace parte de la Defensa Nacional que comprende el conjunto de medidas, disposiciones y órdenes no agresivas, tendientes a evitar, anular, o disminuir los efectos que la acción del enemigo o de la naturaleza, pueden provocar sobre la vida, moral y bienes del conglomerado social (Ley 48 de 1968).

Con la sola definición anteriores nos damos cuenta que es una organización supremamente importante para realizar trabajo en conjunto con una Liga de Consumidores, ya que por su mismo carácter activo, es indicada para desarrollar el control de precios y demas, en unión de Ligas.

La Defensa Civil en cualquier barrio es una organización, por lo regular muy activa, siempre que hay un accidente, un robo, etc. podemos notar que hay miembros de la Defensa Civil tratando de ayudar y colaborando con la sociedad. Estas fuerzas propias de la Defensa Civil se pueden canalizar para , en unión de las Ligas, velar por el control de los egresos comunitarios; por otra parte las Ligas también pueden brindar su concurso en tareas propias de la Defensa Civil. La Misión de la Defensa Civil en

las comunidades es promover, organizar y capacitar a los miembros de las comunidades para afrontar adecuadamente situaciones de emergencia, producidas por desastres. También ayuda en la vigilancia y control del barrio, o sector donde opera.

En cuanto a otra organización de base como la Acción Comunal, podemos decir que es un movimiento para promover una vida mejor para toda la comunidad, con su participación activa y de ser posible por propia iniciativa.

Estas Acciones Comunales son unos buenos elementos para realizar un trabajo conjunto con las Ligas de Consumidores, teniendo en cuenta más que todo la conformación de una Acción Comunal, pues en ella están los verdaderos líderes de las comunidades y son ellos, más que ningún otro, los que arrastran y mueven una comunidad.

Para cualquier trabajo que se pretenda hacer en la comunidad, por parte del Trabajador Social, es importante hacer contactos con los líderes de la comunidad, observar a aquellas personas que poseen poder de persuasión sobre las masas, ya que son ellos los llamados a orientar y dirigir el movimiento de la comunidad en un momento determinado. Ahora en cuanto a las Ligas se puede prestar un buen servicio mediante la asociación de estas dos formas de orga-

nización comunitaria, la una puede servir a la otra y viceversa, y se pueden alcanzar metas valiosas. Es importante que en los barrios donde existan estas acciones comunales, se logren integraciones con las Ligas para una mejor protección del consumidor, o sea, la persona.

Los objetivos de las Juntas de Acción Comunal, están enmarcados o circunscritos a determinantes específicas de las áreas situadas acorde a la problemática social, económica, cultural, religiosa, política, donde apliquen necesariamente sus propios mecanismos de operación y que se resumen de la siguiente manera:

Preparar cívicamente a los miembros de las Juntas para que participen en la dirección de la comunidad y su vinculación en la apertura democrática de la organización del estado, para dar cumplimiento a los fines y principios emanados de éste. En este aparte, de vigilar los fines y principios del Estado, vemos que cabe en lo posible realizar acciones conjuntas con las Ligas, pues el propósito de ambas son parecidos.

Las Acciones Comunales se preocupan en ordenar los diferentes sectores comunitarios, para que tomen conciencia de sus derechos, deberes y recursos para el mejoramiento de sus condiciones de vida y satisfacer sus necesidades.

Asume la vocería de la comunidad en las diferentes disciplinas que le competen.

Capacita para trabajar eficientemente en el mejoramiento de la comunidad, aprovechando de manera efectiva el apoyo técnico y económico que le suministra el estado y las entidades privadas.

Establecer planes y programas para el cumplimiento de los objetivos que se trace la comunidad, para enlazarlos con los fijados por los organismos oficiales de desarrollo económico y social.

Para poder organizar la Acción Comunal se debe contar con la participación de los siguientes elementos:

- El reconocimiento de hacer algo entre todos.
- El reconocimiento de directivos de la misma comunidad.
- La eficaz colaboración de cada uno en la tarea asignada.
- Que sean programas de beneficio para toda la comunidad.

Teniendo estos cuatro elementos se deben buscar dentro de

la comunidad las personas que por su influencia ya sea política, económica, cultural o por servicios prestados, sean líderes dentro de su conglomerado social.

Los órganos administrativos de la Junta de Acción Comunal son: Asamblea General, Directiva y Coordinadores de Comité.

En cuanto a las Asociaciones de Padres de Familia, estas asociaciones están formadas por padres de familia o acudientes autorizados que educan a sus hijos en un plantel educativo. Cuenta con una Junta Directiva y debe tener personería jurídica.

Esta asociación tiene como eje el plantel educativo y sus objetivos apuntan al beneficio educativo de los alumnos y padres.

2.2 LAS FORMAS DE CONTEXTO ECONOMICO

Dentro de las formas de contexto económico en la comunidad, tenemos a:

- Las Cooperativas
- Microempresas
- Empresas puramente familiares

Estas organizaciones están estrechamente relacionadas con la economía comunitaria, ya que precisamente han sido creadas por la comunidad, como un modo de subsistencia. Estas entidades se han tornados importantes en nuestra sociedad, debido a las constantes crisis en que se mueve el país, de ahí que hasta el mismo estado, traze políticas destinadas a impulsar estas organizaciones.

Las Ligas de Consumidores pueden desarrollar un trabajo en conjunto con estas formas de contexto económico, pues la estrecha ligazón que existe entre uno de sus objetivos como es el económico, permitiría trazar planes y metas que beneficiarían notablemente a la comunidad.

El trabajo con estas agrupaciones debe ser focalizado a una protección de la persona, es decir, combatiendo los abusos y maltrato que ésta sufre por parte de los organismos tanto estatales como privados.

A continuación reseñaremos estas formas de contexto económico.

2.2.1 Las Cooperativas

De acuerdo con sus principios y su doctrina, el movimiento cooperativista no busca simplemente, la satisfacción de las

necesidades económicas de sus asociados, sino que armonizando lo social y lo económico, promueve en sus adherentes prácticas de cooperación, de ayuda mutua y solidaridad. Además, y en especial en las comunidades rurales, las cooperativas agrarias, con una adecuada asistencia técnica, pueden transformarse rápidamente en instituciones de cambio social, en cuanto movilizan y canalizan la acción comunitaria.

Como consecuencia, la simple promoción de cooperativas constituye ya un programa de desarrollo comunitario, puesto que ellas son verdaderos instrumentos de promoción colectiva y solidaria.

Si queremos dar una definición del Concepto Cooperativa, se puede decir que es una entidad en la que un grupo de personas se asocian voluntariamente aunando sus esfuerzos dentro de una organización que se rige por los principios de Rochdale, estos son:

- Gestión democrática
- Adhesión libre
- Compra y venta al contado
- Interés limitado al capital
- Retorno de beneficios
- Educación

Estos principios son el fundamento del cooperativismo moderno.

Hay diferentes tipos de cooperativas de acuerdo con la actividad que desempeñan (agrícola, de vivienda, etc), y se les puede clasificar en cuatro categorías fundamentales:

- Consumo
- Producción
- Ahorro y crédito
- Servicios

Cooperativas de Consumo: Son asociaciones de consumidores que han organizado una empresa de acuerdo a los principios de cooperativismo, con el fin de suministrar a los asociados los productos que necesitan con el menor gravamen en los precios, suprimiendo los intermediarios innecesarios.

Cooperativas de Producción: Tienen por objeto la producción, transformación o manufactura de productos naturales. Son organizadas por las personas que trabajan en una empresa o en el campo.

Pueden ser de producción industrial y de producción agrícola. Pueden negociar directamente con las Cooperativas de Consumo, los artículos y elementos que producen, así impi-

den la función de los intermediarios que acaparan los productos y elevan su valor.

Cooperativas de Ahorro y Crédito: En este caso las personas se organizan conforme a los principios del cooperativismo, con el fin de ir creando un fondo que, cuando es suficientemente grande, se utiliza en beneficio de los propios asociados, otorgando préstamos a los mismos socios según sus necesidades, ya sea para el consumo o para la producción.

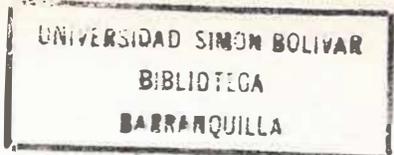
Cooperativas de Servicios: Estas cooperativas revisten las más variadas formas según el servicio que desean prestar: cooperativas de vivienda, cooperativas escolares y de enseñanza, cooperativas de electricidad, etc.; las personas se asocian para obtener un servicio en el marco de una organización que ellos mismos administran, dirigen y controlan.

2.2.2 Microempresas

Se entiende por microempresa toda unidad de carácter productivo donde se combine el trabajo social y los medios productivos a una escala muy pequeña.

Estos programas de microempresas se originaron a través de una serie de estudios efectuados en la ciudad de Cali a través de la fundación Carvajal, para determinar las nece-

sidades de los pequeños productores.



En base a este estudio se pudo establecer que los principales problemas de las microempresas eran la falta de una capacitación en aspectos administrativos, en su finalidad de buscar la organización del microempresario.

Se pudo establecer que no solamente era la capacitación sino también los requerimientos de una asesoría a nivel administrativos en donde el empresario pudiera establecer una serie de controles de acuerdo a la actividad que esta desarrollando.

Las características generales de las microempresas son las siguientes:

- No posee una tecnología adecuada, para su producción.
- Generalmente se encuentran ubicadas en sectores margina-
dos.
- No poseen ningún tipo de organización.
- No tienen acceso a créditos institucionales.
- Se crean con la finalidad de subsistencia únicamente.

Ahora, los parámetros para determinar una microempresa son los siguientes:

- No tener más de 10 empleados.
- Tener ventas promedios mensuales aproximadamente hasta \$500.000.00
- Poseer un patrimonio no superior a un millón doscientos mil pesos.
- Percibir un ingreso percapital anual, aproximado de \$70.000.00

2.2.3 Empresas Puramente Familiares

Las empresas puramente familiares en Barranquilla y Colombia han surgido por el ingenio de personas con espíritu emprendedor y que valiéndose de una fuente de inversión, prestaciones sociales, por ejemplo, y del conocimiento capital de alguna actividad, así como por la escasez de trabajos bien remunerados han canalizado estos recursos hacia la formación de nuevas empresas, ubicándose en diferentes sitios de la ciudad y sus alrededores; y utilizando como campo de trabajo cualquier tipo de local, ya sea su propia vivienda, o un local diferente a esta.

Ahora, se entiende por Empresas Puramente Familiares, a un grupo de personas pertenecientes a una misma familia que se dedican a la producción, comercialización, transformación y/o terminación de bienes y servicios.

Es característico de este tipo de empresas que no utilizan más de 10 personas distintas a los de la misma familia y poseen un capital bastante bajo en comparación con otras empresas.

Es necesario que se señale, por otra parte, que toda empresa, por encontrarse ubicada dentro de un determinado contexto económico, es afectada por el crecimiento e incide de igual manera en el mismo. Empero, dentro de este orden de ideas, pueden darse dos actitudes empresariales básicas:

- Una donde el beneficio de la empresa se asimila por el beneficio del capitalista y el mantenimiento de la empresa a largo plazo por el acrecentamiento de la fortuna del propietario.

- Donde el beneficio queda relegado a un término más discreto, pasando a primer plano, una política de estructura, que permite a la empresa progresar en su gestión puramente empresarial y por lo tanto las facilidades para una mayor potencialidad financiera se enmarcan en plazo más dilatado.

Es así como la empresa puramente familiar tiende a estructurarse dentro del proceso económico, atendiendo en lo pertinente a la subsistencia personal y familiar del propietario. Hay que considerar, sin embargo, que este tipo de organización, dentro de una economía determinada, ofrece variantes específicas en torno a su crecimiento.

2.3 LAS FORMAS GREMIALES

Las formas gremiales, son aquellas agrupaciones de personas, que guardan intereses comunes y se organizan para la defensa de los mismos. La defensa se hace en contra de un otro: Estado, patrón, etc.

Regularmente estas agremiaciones está muy preocupadas por sus problemas económicos inmediatos, los que algunos marxistas han bautizado con el nombre de, economicismo, pero esta lucha económica es siempre por problemas que le conciernen por lo regular a la agremiación, de ahí que sea importante por parte de las Ligas el adelantar un trabajo de conscientización con estas agremiaciones para tornar su lucha un poco más social, es decir que los intereses y abusos que padece la comunidad también sean retomados por ellos mismos.

Estas agremiaciones y las Ligas podrían entablar tareas

conjuntas de resultados considerables, ya que estas organizaciones, muchas veces, tienen un peso notorio en la sociedad, y son oídas por el Estado, como por los diferentes establecimientos privados.

Es conveniente la toma de conciencia en estas agrupaciones, ya que cuando se defiende al consumidor, se defiende es a la persona, la cual somos todos.

A continuación se detallarán algunas agrupaciones:

2.3.1 Los Sindicatos

El Sindicato es una agrupación de personas de una misma empresa que se unen con el propósito de defender intereses comunes a las personas que lo integran.

El Sindicato tiene la obligación de defender y promover los intereses de los trabajadores en los contratos de trabajo, salarios, condiciones higiénicas, en los conflictos de trabajo, representan a los trabajadores, actúan en su nombre y en nombre de sus intereses.

El Sindicato debe estar constituido por un mínimo de 25 personas, las cuales deben ser mayores de 18 años.

Un sindicato debe estar conformado en sus 2/3 partes por personas nativas de Colombia. Los extranjeros no pueden formar sindicatos, ni hacer parte de la Junta Directiva de los mismos.

La Junta Directiva está conformada por 10 miembros, los cargos son los siguientes:

- Presidente
- Vicepresidente
- Secretario
- Tesorero
- Fiscal

Cada uno de estos cargos tiene su respectivo suplente.

Dentro de las funciones se puede mencionar que todo sindicato debe cumplir con las siguientes: estudiar las características de las respectivas profesiones, salarios, prestaciones sociales, honorarios y sistema de prevención de accidentes y las condiciones de trabajo referente a sus asociados, su mejoramiento y defensa.

Se considera que el buen dirigente sindical debe ser:

- Beligerante , pero prudente.

- Dinámico, pero responsable
- Sereno, sacrificado y perseverante.
- Trabajar para sus compañeros, no para sí mismo.

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR
BIBLIOTECA
BOGOTÁ

2.3.2 Ligas Campesinas

Desde hace algunos años, el campesinado del Bajo y el Medio Sinú ha emprendido el camino de la organización independiente, para enfrentar a los latifundistas y al gobierno. A diario se suceden invasiones, batallas de apareceros por el derecho a poseer la tierra que han trabajado a través de generaciones, y combates de parceleros del INCORA por sacudirse del yugo que se les pretende imponer. En cada una de estas peleas se han conformado ligas de minifundistas y arrendatarios.

Varias Ligas han creado cooperativas de mercadeo y de consumo entre sus afiliados. En Lorica, la organización posee una parcela comunitaria en la que todos jornalean semanalmente; el producto de la cosecha se destina a un fondo colectivo. Periódicamente se reúnen a estudiar y a discutir los problemas de la región.

Todas las decisiones atinentes a los intereses de las Ligas son tomadas democráticamente en las Asambleas. Asimismo, la Liga recolecta los fondos necesarios y provee la solida-

ridad y la alimentación para los compañeros detenidos.

Las Ligas son formas de autodefensa del campesinado, que no tienen en los estamentos gubernamentales, un verdadero defensor de sus intereses, de ahí que se hayan visto en la necesidad de crear uno propio, y éstos son las Ligas Campesinas.

2.4 LA ORGANIZACION POLITICA

Las organizaciones políticas son otras organizaciones importante en cualquier comunidad, ya que mediante ellas se orienta y define el futuro de una sociedad.

El trabajo con las organizaciones políticas, por parte de las Ligas de Consumidores, es evidentísimo, ya que los partidos políticos y demás son los que gobiernan y trazan las medidas económicas que repercuten en la población.

En el plano nacional, el actual Presidente de la República, doctor Virgilio Barco decía esto respecto de las Ligas: "Las organizaciones de Consumidores, como directas interesadas en el llamado, mercado social, deben ante todo coadyuvar a la corrección de la ineficiencia y preservarlo de posibles vicios de orden legal"⁴

⁴BARCO, Virgilio. Intervención ante el V Congreso de Consumidores. Manizales. Nov. 7-9, 1985. p. 3

Como vemos el interés de los políticos hacia las Ligas se da, por lo menos en la parte teórica; por lo tanto es conveniente que las Ligas sigan en su empeño del control del mercado, y para eso busquen el apoyo y cooperación de las diversas organizaciones políticas, las cuales tienen como finalidad el trabajo con la sociedad, pero en sentido global, es decir, su trabajo es a nivel de masa; las organizaciones políticas riegan sus ideas por toda la nación.

2.4.1 Partidos Políticos

Por Partido Político se entiende un conjunto de hombres vinculados por principios comunes, sometidos a una organización establecida y dispuestos siempre a defender y procurar el predominio de los ideales que constituyen la razón de ser de su asociación. Los Partidos, para que sean tal, deben tener una gran fuerza de masas, es decir, deben mover grandes cantidades de personas.

En Colombia, ha tres Partidos Políticos: Liberal, Conservador y el Comunsita, si bien éste último no tiene la influencia en las masas que pueden tener los dos primeros, más por tradición que por ser unos verdaderos defensores de los intereses de la comunidad, se menciona como Partido.

2.4.2 Movimientos

En Colombia, a partir de la revolución cubana, y con el auge del movimiento guerrillero, en todo el tercer mundo, se crearon un buen número de agrupaciones marxistas, que tenían entre sus objetivos el cambio del sistema capitalista, por uno nuevo: el socialista. En los años 60 fueron numerosas las agrupaciones que salieron en el país, muchas de ellas han desaparecidos y algunas otras existen bajo denominaciones diferentes. Dentro de estos movimientos o agrupaciones políticas podemos citar:

- Partido Comunista Marxista Leninista
- Movimiento Obrero Independiente y Revolucionario (MOIR)
- Partido Revolucionario de los Trabajadores
- Partido del Trabajo de Colombia
- Comandos Camilsitas

Algunas de estas agrupaciones aunque lleven el nombre de Partido, no son tal en el sentido estricto de la palabra, ya que su repercusión en las masas es muy pequeña, y de ahí que su existencia sea más como Movimientos Políticos, que de Partidos Políticos.

2.4.3 Grupos Armados

Dentro de la corriente marxista que se dió en el país en la

década de los 60, hubo una fuerte tendencia a considerar que la única vía posible para llegar al poder era la lucha armada de ahí que se constituyeron grupos izquierdistas militares, cuyo propósito era tumbar y derribar al gobierno por el camino de la fuerza.

Este tipo de agrupación ha tenido en los últimos años un nuevo auge, ya que la agudización de la crisis económica del país, y la pésima administración por parte de sus gobernantes, ha originado un renacer de la tendencia armada en el país, la cual ha traído un estado de zozobra y angustia para el país.

Dentro de estas agrupaciones armadas se pueden citar:

- Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC)
- Ejército de Liberación Nacional (ELN)
- Ejército Popular de Liberación (EPL)
- Movimiento 19 de Abril (M-19)
- Movimiento de Autodefensa Obrera (MAO)
- Quintín Lame

Es de anotar que estas organizaciones armadas se forman debido en parte al sentimiento de explotación y miseria en que se encuentran las comunidades, que hace que muchos de sus miembros recurran a ese tipo de lucha, con miras a salir de la situación en que se encuentran.

3. LAS LIGAS DE CONSUMIDORES Y SUS POSIBILIDADES EN EL TRABAJO COMUNITARIO

Las personas para satisfacer sus necesidades se vinculan unas con otras en busca del suministro de un bien del cual carecen o de la prestación de un servicio del cual requieren.

Por tanto en dicho vínculo o también llamada relación de consumo, se presentan dos partes: la que desea satisfacer sus necesidades (consumidores) y la que satisfacen dichas necesidades (productores, proveedores y expendedores).

Una de estas partes (proveedores, productores y expendedores) entendió hace mucho tiempo que asociándose, que actuando cohesionadamente podían afrontar tareas que les trajeran mayor beneficio en las actividades. Surgen así los gremios de comerciantes, de industriales, de agricultores, etc., los cuales obtienen para sus afiliados la adecuada representación y la exigencia para hacer su actividad lo más lucrativa posible.

Por parte de los consumidores, si bien se había organizado buscando equilibrar una relación de consumo que se presentaba injusta, su acción era muy limitada por cuanto no disponían de herramientas efectivas para llevar a cabo su propósito.

El surgimiento de las Asociaciones de Consumidores, con la conformación de las respectivas Ligas vino a llenar un espacio importante para los consumidores nacionales, éstos consumidores tuvieron su respaldo mucho más tarde por parte del Gobierno cuando éste expidió el Estatuto del Consumidor, mediante la expedición de cinco normas fundamentales Ley 73/81, Decreto 1441/82, Decreto 3466, 3467 y 3468 de 1982.

Después de muchos años de incesante gestión por una Ley que recogiera las peticiones de los consumidores, el día 3 de Diciembre de 1981 se expidió la Ley 73, por la cual el Estado intervino en la distribución de bienes y servicios por la defensa del consumidor.

Con esta ley se revistió al Presidente de la República de facultades extraordinarias para dictar normas interesadas al control de la distribución o venta de bienes y servicios y al establecimiento de sanciones y procedimientos para imponerlas a quienes las violen.

Decretos Leyes:

En desarrollo de las facultades conferidas por la Ley 73 de 1981, se expedieron cuatro decretos que buscaban regular los aspectos contemplados en la ley de facultades. Estos Decretos son:

- Decreto 1441 de Mayo 24 de 1982

Reglamenta todo lo referente a las Ligas y Asociaciones de Consumidores, dándoles el carácter especial de auxiliares de las autoridades en la lucha contra todo aquello que atente contra el ingreso familiar. El Decreto dá también a los miembros de las Ligas el carácter de agentes de policía cívica, con un régimen especial.

- Decreto 3466 de Diciembre 2 de 1982

Desarrolla la mayoría de los puntos de la Ley 73/81 y constituye el centro del Estatuto del Consumidor, por medio de este Decreto se dictan normas relativas a la idoneidad, la calidad y la fijación pública de precios de bienes y servicios; la responsabilidad de los productores y otras disposiciones adicionales.

La importancia de este Decreto radica en que establece novedosos procedimientos y cubre la mayoría de los aspectos de la relación consumidor-proveedor.

- Decreto 3467 de Diciembre 2 de 1982

Este Decreto es complementario del 1441 de 1982, pues se refiere también a ligas y asociaciones de consumidores. Amplía la cobertura de las Asociaciones de consumidores posibilitando su establecimiento en el orden distrital. De otro lado, la vigilancia de Ligas y Asociaciones queda a cargo de la Superintendencia de Industria y Comercio, así como el reconocimiento de los agentes de policía cívica por parte de la autoridad que reconoce la Liga o asociación.

- Decreto 3468 de Diciembre 2 de 1982

Crea el Consejo Nacional de Protección al Consumidor como organismos asesor del Gobierno Nacional en todas las materias relacionadas con la acción administrativa de protección y defensa de los consumidores.

Por otra parte dejando un poco atrás el aspecto legal de las Ligas de Consumidores podemos decir, que en la actualidad ellas adelantan trabajo no en forma aislada sino

que a nivel nacional laboran con otras formas de organización comunitaria, tales como las : cooperativas, cajas de Subsidio Familiar, tenderías, mercados campesinos; este punto , del trabajo con otras formas de organizaciones comunitarias fue bastante discutido y apoyado en el V Congreso Nacional de Consumidores celebrado en Manizales en 1985.

Al respecto dijeron en el Congreso refiriéndose a las Cooperativas:

En la actual coyuntura que vive el país, las cooperativas son un medio eficaz para lograr el desarrollo de los productores, los consumidores, y por consiguiente, el desarrollo Nacional.

Se debe fomentar el movimiento cooperativo entre productores y consumidores para la prestación de servicios asistenciales, educación, mercadeo, etc. de tal manera que la comunidad pueda beneficiarse ampliamente.⁵

Como podemos observar el deseo de un trabajo conjunto de Las Ligas de Consumidores con otras organizaciones comunitarias es un sentir nacional, no es algo que nosotros hemos planteado en el presente trabajo un poco a la ligera, sino que descansa en una política nacional impulsada por las Ligas de Consumidores.

⁵V CONGRESO NACIONAL DE CONSUMIDORES. Op. Cit. p. 74

Después de haber hablado un poco del aspecto ~~de las~~ ~~de las~~ Ligas y de sus formas de trabajo, trataremos tópicos referentes a su naturaleza y objetivos.

3.1 NATURALEZA Y OBJETIVOS

Como se ha dicho anteriormente, se entiende por Ligas de Consumidores toda asociación de personas naturales, cuyo objeto sea garantizar la protección, la información, la educación, la representación y el respeto de los derechos de los consumidores, así como velar por el pago de las indemnizaciones a que se hagan acreedores, según la ley, por la violación de sus derechos.

- Objetivos:

El Estatuto de Consumidores señala como objetivos principales de las Ligas los siguientes:

1. Garantizar la protección de los derechos e intereses de los consumidores.
2. Vigilar el que los proveedores informen verazmente sobre las características de sus productos (calidad, precios, pesos y medidas).

3. Colaborar en el proceso de educación al consumidor.
4. Representar los intereses de los Consumidores.
5. Colaborar con las autoridades para hacer efectivo el pago de las indemnizaciones a que se hagan acreedores los consumidores.

- Derechos Fundamentales o Primario del Consumidor:

Tradicionalmente se han consagrado cinco derechos fundamentales para el consumidor: protección, educación, información, representación, e indemnización.

Protección:

En las relaciones de consumo, por lo general, se presenta una parte que impone condiciones y otra que las acata voluntaria o involuntariamente. La primera parte, de ordinario son los proveedores, productores o expendedores; la segunda, los consumidores.

Ante el desequilibrio manifiesto, las normas cumplen la función de proteger bajo su fuerza la parte débil, es decir, la norma sirve de instrumento a los consumidores para que la relación de consumo mantenga la equidad sufi-

ciente para la satisfacción de los intereses de ambas partes.

Además, la protección implica el ejercicio de las autoridades competentes destinadas a hacer cumplir las normas que restablecen el equilibrio de la relación de consumo.

Igualmente la protección implica la existencia de normas que regulan la conducta a seguir por parte de los proveedores, expendedores o productores en la relación de consumo.

Información;

Si bien es cierto que existen normas que protegen al consumidor, su eficacia depende del conocimiento que de las mismas tengan los consumidores y las autoridades encargadas de hacerlas cumplir.

Es de tal importancia la divulgación de los derechos del consumidor que muchos casos de infracción a las normas protectoras se hubieran podido solucionar, si los consumidores conocieran los derechos que los asisten.

Esta labor se hace prioritaria por parte de las entidades que asocian a los consumidores para que los hagan conscien-

te del respeto que merecen y las normas e instrumentos ideados para garantizarles sus derechos.

Además de las normas, el consumidor deberá ser informado de los aspectos del mercado que le interesan, tales como precios, productos abundantes, calidad de determinados bienes, ventajas y desventajas de ciertos artículos.

Representación:

Ante casos de infracciones que por su cuantía puedan considerarse como mínimas, o con dificultad para adelantar una acción tendiente a reparar el daño causado, se hace indispensable agrupar a los consumidores para que obtengan, como grupo, aquello que individualmente puede hacerse difícil.

es gracias a la representación de los intereses del consumidor, por parte de las entidades que los agrupan, como se logra solucionar casos de infracción por calidades, falta de garantías, precios injustificados o condiciones ilegales. La razón se halla en que una asociación o Liva va a procurar que se solucione el caso debatido, prevaleciendo la norma y así obtener la protección de todos aquellos que se encuentren en similar situación.

Pero además, el consumidor debe estar representado en todas las entidades que definan políticas que lo afecten, ya sea por variar precios, condiciones técnicas, abastecimiento de productos, etc.

Educación:

Las normas de protección al consumidor deben estar acompañadas de un supuesto para su efectividad: que el consumidor esté educado. la educación supone informarlo de todo cuando debe conocer para decidir frente a situaciones que lo afecten en su relación de consumo.

Un consumidor que no tenga disciplina de constatar precios, exigir garantías, leer los documentos que colocan para su firma, verificar las condiciones de calidad e idoneidad ofrecidas , etc. podrá tener muchas normas que lo protejan , pero con su conducta está contribuyendo a aumentar los problemas y a hacerlas inoperantes.

Indemnización:

El principio general según el cual todo aquel que produzca un daño está obligado a repararlo , tiene en materia de protección al consumidor su manifestación al contemplar que el productor, proveedor o expendedor están obligado

a responder por los perjuicios ocasionados al consumidor en cualquier evento de violación a las normas protectoras.

La reparación puede comprender la asistencia técnica, prestación de un nuevo servicio, cambio de producto, devolución del dinero o establecimiento de los perjuicios ocasionados por el incumplimiento del contrato celebrado con el consumidor.

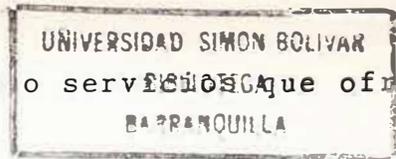
La manera de intentar la reparación puede comprender: reclamación directa del consumidor; petición hecha por una Liga o Asociación de Consumidores en nombre del afectado; investigación promovida por la entidad oficial; procedimiento judicial.

Cabe resaltar que en la última manera de reclamar, que la Ley colombiana consagra una gran prerrogativa para que consumidores afectados por situación similar a otros que promovieron demanda contra el productor o proveedor, sean representados por las Ligas o Asociaciones de Consumidores en el proceso, pudiéndose aprovechar de la sentencia favorable y buscar así la reparación del daño causado.

- Precios:

Todo productor o expendedor está obligado a fijar los pre-

cios máximos al público de los bienes o servicios que ofrece-
ca.



Según la reglamentación de la autoridad competente o a falta de ésta, según sus posibilidades o conveniencias, los productores o expendedores podrán señalar sus precios máximos en listas visibles al público o en etiquetas o rótulos adheridos al envase o al bien mismo.

3.2 ORGANIZACION Y FUNCIONAMIENTO DE LAS LIGAS

El Decreto 1441 de 1982 que reglamentó lo relativo a las Ligas y Asociaciones de Consumidores dispone una estructura piramidal para las organizaciones de consumidores en Colombia.

La base de la pirámide está conformada por las Ligas de Consumidores que son organizaciones de primer grado a donde concurren todas las personas naturales, sin distinción de edad, sexo, raza, religión, filiación partidista o ideología política.

El radio de acción de estas organizaciones, es aquel donde puede existir la más elemental expresión de comunidad, barrio, zona, vereda, municipio. Su importancia es máxima, pues es aquí donde se vincula el consumidor corriente que

desea trabajar en la solución de los problemas de consumo de la comunidad donde habita.

Para lograr un mayor alcance en sus acciones consumeristas, las Ligas se pueden unir para conformar Asociaciones de Consumidores, que son la siguiente escala en la estructura piramidal. Estas asociaciones pueden ser municipales, departamentales, intendenciales, comisariales y distritales y pueden conformarse con otras organizaciones de la comunidad de objetivos afines a los de las Ligas, por ejemplo: sindicatos de trabajadores, cooperativas de trabajadores o de consumo, Asociaciones de Padres de Familia, asociaciones de pensionados o juntas de Acción Comunal. Con todo, siempre deben estar presentes organizaciones de consumidores, que para el caso de las asociaciones municipales se sujetarán a lo dispuesto en el parágrafo 10. del Artículo 60. del Decreto 1441/82, según el cual deberá haber por lo menos:

a. Una Liga de Consumidores, si la asociación se constituye en un municipio que tenga menos de cien mil habitantes.

b. Tres Ligas de Consumidores, si se conforma en un municipio que tenga cien mil o más habitantes, pero menos de doscientos mil.

c. Cinco Ligas, si se establece en un municipio con doscientos mil o más habitantes y menos de trescientos mil.

d. Siete Ligas, si se establece en un municipio de trescientos mil o más habitantes, pero menos de cuatrocientos mil.

e. Nueve Ligas, si la asociación municipal, se organiza en un municipio de cuatrocientos mil o más habitantes y menos de quinientos mil; y

f. Diez Ligas, si se conforma en un municipio de quinientos mil o más habitantes.

Las organizaciones que hagan parte de la Asociación Municipal de Consumidores, deben tener su radio de acción dentro del ámbito territorial del municipio.

Las Asociaciones departamentales se conforman agrupando a las asociaciones municipales y a aquellas otras organizaciones afines, tal como ocurre para los municipios. En todo caso tales asociaciones de consumidores deberán constituirse mediante la asociación de cinco entidades por lo menos, una de las cuales como mínimo deberá ser una asociación municipal de consumidores.

En el vértice superior de la pirámide, está la Asociación Nacional de Consumidores, que para el caso es la Confederación Colombiana de Consumidores (C.C.C.) que agrupa a todas las asociaciones departamentales, intendenciales, comisariales y distritales, junto con otras importantes organizaciones representativas como la U.T.C. , la C.T.C., la Asociación Nacional de Amas de Casa, la Confederación de Asociaciones de Padres de Familia, la Confederación Colombiana de Pensionados, la Cámara Junior de Colombia , la Unión Femenina Colombiana y la Organización Pro-defensa del Consumidor (OPROCON).

- Policía Cívica:

Las Ligas de Consumidores ejercerán funciones de policía Cívica, es decir, colaborarán con las autoridades estatales (nacionales, departamentales o municipales), en el exacto cumplimiento de las normas de protección al consumidor.

En el cumplimiento de esta función genérica, las Ligas ejercerán las siguientes funciones:

1. Vigilar el funcionamiento de las pesas y la exactitud de las medidas y volúmenes y solicitar la intervención de las autoridades en caso de que se presenten irregularida-

des.

2. Vigilar el cumplimiento de las disposiciones de protección al consumidor en especial, sin que la enumeración sea taxativa o excluyente, las relativas a los precios y a la calidad de los bienes y servicios y denunciar a las personas que las infrinjan.

3. Representar administrativa y judicialmente a los consumidores para que hagan valer sus derechos.

4. Solicitar a las autoridades competentes la imposición de sanciones a los proveedores o productores.

- Procedimientos para Reclamar:

El consumidor debe saber que nadie mejor que él mismo puede defender sus derechos y que cuando sienta que ha sido tratado injustamente o se le ha violado algún derecho por parte de un proveedor o productor debe reclamar ante el infractor para que corrija su actitud.

Sin embargo, como en muchos casos el infractor niega los errores y no oye los reclamos del consumidor, este puede acudir a las autoridades o a la Organización de Consumidores del lugar para que le asesoren en la mejor forma de

a. Las que no conllevan la reivindicación de un derecho específicamente en favor de quien reclama. Son los casos típicos de especulación, acaparamiento, fallas en los sistemas de fijación de precios, etc.

b. Las que conllevan la reivindicación de un derecho en favor de quien reclama específicamente. Ejemplos de este tipo de quejas son: mala calidad en los productos comprados que requieren cambio o reparación, incumplimiento de un contrato, etc.

En el primer caso basta especificar el motivo de la queja y el lugar en el cual esto está ocurriendo. El consumidor debe ser claro en identificar el motivo de la queja, el nombre del establecimiento y su dirección.

En el segundo caso es preferible que la queja se presente por escrito anexando fotocopias de los documentos que la respalda (recibos, facturas, contratos, etc.). No es aconsejable que se entreguen originales de estos documentos por cuanto pueden ser necesarios en otra ocasión.

En todos los casos la efectividad de los reclamos depende de la claridad con que se hagan.

3.3 PROBLEMAS Y LIMITACIONES

Actualmente las Ligas de Consumidores, tanto a nivel regional, como nacional sufren grandes inconvenientes que obstaculizan su buen desarrollo . Algunos de estos problemas son propios de estas mismas ligas y otros obedecen a causas externas: sean estas productos del estado o de la forma como socialmente está organizada nuestra sociedad.

Nuestra sociedad colombiana tiene una formación social netamente capitalista, donde una clase es la que detenta los medios de producción y la gran mayoría del pueblo colombiano se ve en la necesidad de vender desventajosamente su fuerza de trabajo. Esta estructura social que se encuentra organizada en la forma que lo mencionamos genera problemas propios de este tipo de sociedades. Existen por ejemplo, grupos que dominan un mercado, pongamos por caso los materiales de construcción, estos grupos que en gran parte son monopolista, elaboran su producto y no lo ofrecen inmediatamente al consumidor, sino que por el contrario se lo dan a un distribuidor, que por lo general tiene vínculo de parentesco con los productores. Este distribuidor lo ofrece a otro y éste último es muy probable que lo haga llegar a un último distribuidor antes de llegar a mano del consumidor. Como nos podemos dar cuenta esta cantidad de distribuidores origina que el producto final que llega a manos

del consumidor esté casi triplicado en su valor. La mucha más razón si tenemos en cuenta que el distribuidor a diferencia del productor trabaja únicamente con criterio financiero, es decir, está pendiente exclusivamente de su ganancia. Por otra parte el tendero que vende la mercancía corre en forma más directa con los riesgos de la oferta y la demanda, propia de todo mercado capitalista.

Como hemos podido observar, por lo regular, es un largo recorrido el que realiza la mercancía al salir del productor y llegar al consumidor final; pero actualmente las ligas y los organismos estatales sólo ejercen control contra el precio final que dá el tendero, cuando lo correcto y beneficioso para la comunidad sería que se gravara y se controlaran los precios ofrecidos por los productores y los diferentes distribuidores, que son por lo general los que encarecen el producto y se llevan las mejores ganancias. De ahí que sea conveniente crear mecanismos adecuados que permitan controlar mejor la usura y comercio que realizan los distribuidores.

Este es un problema enorme que padece la sociedad colombiana, de ahí que frecuentemente estemos viendo en la televisión y por medio de otros órganos de comunicación, campañas tendientes a alertar a los consumidores de los abusos que cometen los distribuidores.

Ahora, esto que estamos comentando, se dá también en muchas esferas de la realidad nacional; es más, existen familias o grupos que no sólo controlan un producto, sino que manejan todo un área, es decir: el que produce gaseosa, por decir algo, es el mismo que produce azúcar, tiene acciones en compañías de vidrios, etc., lo cual hace que pueda él controlar los precios de todo el producto en su operación global, sin que el gobierno ni la comunidad puedan ejercer un fácil control sobre estos conglomerados.

Hay que anotar que este tipo de mecánica del mercado se da en igual forma en otros países, ya que el hecho de la división tan marcada de clases, permite que ciertos grupos se adueñen del mercado y lo comercien a su manera.

Otro punto vital, en lo que hace referencia a los problemas y limitaciones de las Ligas es su marcado carácter centralista, lo que permite que en muchos casos no se conozcan los verdaderos problemas de las diferentes regionales y sólo se hagan o adelanten campañas televisivas teniendo en cuenta solamente los productos que afectan a la capital.

El descuido de la Federación Nacional de Consumidores se nota claramente cuando apreciamos las Ligas de las ciudades de provincia, y vemos su falta de eficacia y lentitud, y no vemos por ninguna parte una entidad u organismo que le llame

la atención, o por el contrario, le facilite los medios adecuados para llevar a cabo su función.

Ahora bien, ocurre muchas veces que las Ligas de provincias se dejan llevar por la misma apatía en que se están sumergiendo y se tornan un poco amorfas y les es difícil adelantar acertadamente su trabajo. Esto como vemos es una situación que necesita tanto de la ayuda como de la supervisión de la cabeza máxima que es la Federación Nacional de Consumidores.

Es conveniente la supervisión de las Ligas de provincias, tanto por parte de la Federación Nacional como por parte de la ciudadanía, ya que así se puede evitar a tiempo, que estos organismos se vuelvan infuncionales y se utilicen para fines distintos a los que han sido creados.

Lo planteado anteriormente se corrobora un poco con el hecho que en la ciudad de Barranquilla no observamos campañas adelantadas por las Ligas de Consumidores confines comunitarios, ni veamos ningún signo que denote su vitalidad y gran capacidad de organización por la defensa del consumidor.

Todo lo dicho hasta aquí, lleva a la necesidad, como lo venimos anotando, de plantear nuevas formas de dinámicas

por parte de las Ligas para que éstas no ~~se estanquen, y~~
descuiden al consumidor.

Otro de los graves problemas que sufren los consumidores con relación a los precios es la gran dispersión de normas sobre el particular dictadas por parte del Estado colombiano.

El problema de los precios se origina en que no existe una autoridad única encargada de la función de fijación de precios, lo que conlleva grandes problemas para su control.

La gran cantidad de organismos que se crean para desempeñar funciones relacionadas con la fijación y el control de precios se quedan muchas veces en labores estériles, por cuanto la definición de tareas y procedimientos son muy vagos. Los programas oficiales que pretenden colaborar en la regulación de precios tienen efectos muy marginales y muchas veces sólo contribuyen a crear mayor confusión.

De otro lado, la falta de control en cuanto a los sistemas de medida y en la calidad de los productos generan relaciones caóticas de estos factores con sus precios. Aún en gran parte del mercado, especialmente en el de alimentos, subsisten unidades de medida que no obedecen a criterios racio-

nales, tales como el pucho, l amano, el montón, etc., que hacen aún más difícil el control de precios.

Pese a que la especulación y el acaparamiento están consagrados como delito, las sancioens a los infractores se queda únicamente en el nivel adminsitrativo, porque no existe un criterio claro sobre cómo llevar a cabo un proceso penal cuando se presentan estos delitos.

Por todo lo anterior se hace indispensable responsabilizar a un solo organismo estatal de la labor de fijación de precios y descentralizar el control a través de otras dependencias del Estado y contando para ello con las Ligas y Asociaciones de Consumidores.

Por otra parte, al igual que en la fijación de precios, las normas sobre calidad en Colombia se encuentran muy dispersas. No existe un organismo oficial que con criterios técnicos se dedique a la labor de control de calidad y normalización.

De ahí que sea necesario crear un organismo estatal de control de calidad que se encargue de la expedición y divulgación de normas sobre el particular.

Las Ligas de Consumidores deben asumir tareas de educación a los consumidores con base en un manual de normas que se debe elaborar con la colaboración de todos los organismos interesados. Para este efecto, la C.C.C. y los organismos oficiales deben promover periódicamente seminarios de capacitación.

Se debe utilizar todos los medios con que cuenta el Estado y las organizaciones de consumidores para hacer públicas las disposiciones sobre calidad y con ello ir capacitando a la comunidad consumidora.

Podemos decir también que en relación al desconocimiento de las normas de protección al consumidor, la creación de Ligas de Consumidores en el país es aún insuficiente. Las autoridades no prestan la suficiente colaboración para la constitución y para la labor de las ligas de consumidores porque no existe claridad sobre los mecanismos para hacer efectiva esa ayuda.

Las organizaciones de consumidores en todo el país deben dedicar gran parte de sus esfuerzos a promover la organización de los consumidores en todas las comunidades, barrios, veredas y municipios, para con ello fortalecer la estructura del movimiento consumirista en el país.

Se debe reclamar de las autoridades toda la colaboración en favor de las Ligas y Asociaciones para que las acciones de estas últimas tengan una mayor efectividad.

3.4 PARTICIPACION COMUNITARIA

Como hemos podido observar a través de la realización del presente trabajo, son numerosos los problemas que tienen actualmente las Ligas de Consumidores, unos de carácter externo: sociedad y estado y otros de carácter interno: centralización y descuido de sus miembros. Como vemos, estos problemas no deben ser afrontados únicamente por las Ligas, sino dado su carácter comunitario sería conveniente emprender tareas con otras formas de organización comunitaria para que exista una ayuda e interrelación mutua, entre las diversas formas de organizaciones comunitarias.

Por ejemplo, en la actual coyuntura que vive el país, las cooperativas son un medio eficaz para lograr el desarrollo de los productores, los consumidores y por consiguiente, el desarrollo nacional:

En el Congreso de Asociaciones de Consumidores realizado en Manizales, que hemos venido mencionando se hizo hincapie en la necesidad que hay por parte de las Ligas, de impulsar las llamadas Cooperativas de Consumidores y de

Productores, con la finalidad de abaratar los costos de la canasta familiar y ofrecer un mejor panorama económico al consumidor. Estas cooperativas también se encargarían de presta, no sólo servicios que tienen que ver con la compra y venta de mercancías, sino prestarían otras funciones como: educación, asistencia social, de tal manera que la comunidad salga beneficiada en una forma integral.

Es conveniente por otra parte adelantar trabajos con las Cajas de Compensación y procurar así que estas organizaciones establezcan supermercados, centros de salud y educación, preferiblemente en los barrios ubicados dentro de los estratos socio-económicos bajos y medios-bajos.

Por otra parte, se ha trazado dentro de las Ligas, más que todo a nivel nacional, la idea de crear mercados móviles, los cuales serían ofrecidos a un precio cómodo para el consumidor.

Es conveniente igualmente, que la mayor cantidad de miembros de la comunidad participen en las Ligas, para así tornarlas más efectivas y con mayor eficiencia. No dejaría de resultar vital, por otro lado, la realización de un trabajo conjunto de las Ligas con las Acciones Comunales y demás organizaciones de base, ya que éstas en su mayoría están formadas por líderes populares que son motor vital

en la defensa de los intereses de cualquier comunidad.

Por otro lado, hay que tener claridad sobre el hecho de que los miembros de las Ligas son parte de la comunidad, y también lo es el tendero. Que si la acción de las Ligas es simplemente coercitiva y se ejerce sobre el tendero, se está ejerciendo sobre el eslabón más débil. de la especulación y que de resultar afectado, puede ser sustituido y lo es, en forma natural por otro. La acción de las Ligas debe conllevar el propiciar mecanismos de comercialización de carácter colectivo, mediante la socialización del comercio comunitario, y en fases más avanzadas del consumo.

Las Ligas de los barrios deben mover y promover la acción de los institutos y organismos del Estado que pueden incidir en la comercialización de la canasta familiar, tales como el IDEMA y las diferentes Cooperativas de producción y consumo. Deben procurar que los programas de mercadeo, que ahora se hacen, programados en sentido vertical de arriba hacia abajo, respondan a la gestión comunitaria, es decir, surjan de abajo hacia arriba, sean estables y permanentes.

La acción de las Ligas: las ligas no pueden seguir surgiendo en las comunidades como proyectos de afuera hacia dentro,

sin el arraigo, la claridad y la participación actual que les hace inoperantes y les aislan de la vida comunitaria, puesto que no defienden ni realizan gestión alguna de ese tipo.

El trabajo con sindicatos y organizaciones gremiales sería un factor importante si queremos obtener un trabajo eficaz y eficiente por parte de las Ligas, pues así se obtendría que un numeroso grupo social, como lo es el formado por obreros y trabajadores en general se unieran con las ligas. Esta unión sería de gran proyección y de excelentes resultados, pues serían dos fuerzas que lucharían por un mejor control de los ingresos y egresos por parte del consumidor.

La manera como debe establecerse esta unión entre la comunidad y las Ligas debe ser en forma recíproca, es decir, no se pretende en ningún momento que la una se beneficie de la otra, sino que se trabaje en forma relacionada, la una al lado de la otra, y ayudándose en los aspectos fundamentales.

El control de los precios y medidas de los diferentes productos, requiere de la supervisión de un buen número de personas, dos o tres individuos provenientes de las Ligas son incapaces de controlar la notoria especulación

que se realiza en el país, de ahí que el hecho de trazar una política efectiva con el ánimo de integrar a buena parte de la comunidad en estos objetivos sería un paso fundamental por partes de las Ligas , ya que quién más que la comunidad podría ejercer mejor el control de los precios y medidas.

Para la integración de la comunidad, sería conveniente la creación de mecanismos eficaces y no lleno de tanto obstáculo , que en vez de volver práctico un trabajo, lo convierten en algo difícil y lleno de inconvenientes.

4. LA ASOCIACION Y LAS LIGAS EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA Y LA PROBLEMATICA DE LA CANASTA FAMILIAR

Actualmente uno de los problemas más agudo por el que atravieza el pueblo colombiano en general y el barranquillero en particular es la forma alarmante como suben los productos de la canasta familiar.

La canasta familiar en la ciudad de Barranquilla es y ha sido una de las mas elevadas del país. Todos los meses se presenta precios en los productos básicos que no permiten que el trabajador pueda encontrar un equilibrio entre sus ingresos y sus egresos.

El presente capítulo iremos a tocar algunos puntos que tiene que ver con la canasta familiar y la forma como las ligas de consumidores operan en su respecto, tratando de disminuir un poco la enorme carga económica del trabajador barranquillero.

También haremos un esbozo histórico de la Asociación de Consumidores en Barranquilla y de sus principales obstáculos.

los e inconvenientes.

4.1 SURGIMIENTO Y EVOLUCION DE LA ASOCIACION Y LAS LIGAS DE CONSUMIDORES EN BARRANQUILLA

En la ciudad de Barranquilla, la Asociación de Consumidores tiene aproximadamente cuatro años de estar funcionando y en este período ha desarrollado encomiables tareas, que en una u otra forma han redundado, relativamente, en beneficio de los consumidores.

La Asociación de Consumidores de Barranquilla fue fundada en el año de 1982. Tiene por objeto promover por los medios que la ley le otorga, el cumplimiento, por parte de las autoridades correspondiente, de la legislación existente y la que llegare a crearse en defensa de los consumidores de la ciudad de Barranquilla (Atlántico), participando dentro del marco legal, como Policía Cívica, y en los organismos estatales donde la ley ordena su participación a través de sus representantes.

La Asociación de Consumidores de Barranquilla, como hemos mencionado tuvo sus orígenes en 1982, y empezó como todo, siendo un grupo pequeño, formado por unas cuantas ligas del municipio.

La Asociación desde sus comienzos se distinguió por la defensa de los consumidores y de sus ingresos y egresos, luchando en todos los frentes contra la carestía y el abuso en el precio de los productos.

La Asociación se apoyaba en las diversas ligas conformadas en los barrios para llevar adelante su trabajo. En ese entonces la Asociación estaba formada por las siguientes Ligas: San Roque, Buenos Aires, Bellavista, La Manga, Rebo-
lo, Buena Esperanza, Las Palmas y La Concepción y algunas otras que no alcanzaban un número en su totalidad de 30. Estas Ligas se encargaban en menor escala de defender los mismos principios de la Asociación.

Actualmente la Presidente de la Asociación de Consumidores de Barranquilla es la señora Margarita Jacir Jaar, ella ha sido en buena parte motor impulsador de la actividad de la Asociación.

Margarita Jacir ha sido una de las abanderadas de llevar adelante la consigna de luchar por los intereses del consumidor, y de ahí que haya salido reelegida varias veces en su calidad de Presidente de la Asociación.

Los cuatros años han sido relativamente provechosos para la Asociación de Consumidores, debido a las tareas adelan-

tadas en la ciudad, se han dado a conocer y han ~~habido~~ ^{recibido} el apoyo del pueblo barranquillero, que poco a poco ha ido formando más Ligas, no en el número deseado, pero se ha visto el deseo y el entusiasmo por impulsar este tipo de asociaciones.

Para lograr sus objetivos la Asociación ha redactado documentos, memorandos y demás que se han hecho llegar a las diferentes oficinas oficiales.

Las Ligas y la Asociación controlan el abuso cometido al consumidor, prácticamente lléndose a quejar a la Alcaldía Municipal. El señor Alcalde de la ciudad es directamente la persona llamada a escuchar a la Asociación y tiene la obligación de solucionarle sus problemas.

En el aspecto de los productos de consumo masivo del pueblo, como la carne, leche, pan, verduras, ha sido una de sus preocupaciones velar por el justo precio de ellos, y las Ligas han tendido como tarea principal el control en los precios de estos productos básicos para cualquier canasta familiar.

Actualmente la Asociación de Consumidores de Barranquilla se encuentra un poco transformada y de sus aquellas pocas Ligas de Barrios que la conformaban, hoy encontramos un

buen número de Ligas haciendo parte de esta Asociación.

Actualmente la Asociación cuenta con las siguientes Ligas con sus respectivos Presidentes:

BARRIO	PRESIDENTE
Esmeralda	Isabel Villalobos
Olaya	Luisa Daza de G.
Alto Prado	Nohemí O. de Gómez
Nuevo Nogales	Guadalupe Castillo
Boston	Margarita de Velásquez
San Pachito	Juana Muvdi de Muvdi
Delicias	María del Socorro Reyes
Centro	Juan David Andrade
Carrizal	Máximo Rebolledo
Santuario	William Rodríguez
El Porvenir	Carlos Daniel Lemus
Ciudadela 20 de Julio	Yolanda Ramírez
Rebolo	Leda Rosales O.
Lucero	Rigoberto Cervantes
Chiquinquirá	Hilda Becerra
Buenos Aires	Isabel Stand Vergara
El Recreo	Carmelina de Africano
Simón Bolívar	Adán Cantillo
Bellavista	Jorge Navarro

BARRIO	PRESIDENTE
La Chinita	Diana Aldana
Campamento de las Flores	Gloria Freytes
Ciudad Jardín	Oswaldo Gómez
Bellavista	Manuel Rodríguez Berdeza
La Concepción	María Cristina Pinzón
El Porvenir	Marlene Esmeral
Buena Esperanza	Margarita Tinoco
La Luz	Nellys Oyola A.
Almendra Tropical	Juana Hernández
Campito	Eduardo E. Fuentes R.
Prado	Blanca S. de Prieto
Prado	Margarita Jacir Yaar
La Magdalena	Néstor Enrique Quiroz Arrieta
Rebolo	Jorge Blanco
San Roque	Julia E. Mendoza
Las Nieves	Vicente Caicedo
Las Palmas	Edison Díaz Merlano
Siape	Amanda Esther Gorut Pérez
Centro	Edgardo Martínez Gómez
Buenos Aires	Javier Bohórquez Rodríguez
San Salvador	Juana Herández
Boston	José Bernal.

Actualmente la Asociación de Consumidores tiene 42 Ligas

asociadas y registradas.

Cabe mencionar que para la formación de una Liga, sólo se necesita que un grupo de vecinos se reúnan y levanten un acta de constitución en la que conste el motivo de su reunión y la misma sea llevada a la Alcaldía Municipal.

4.2 PROBLEMAS QUE AQUEJAN EL FUNCIONAMIENTO DE LAS LIGAS EN LA CIUDAD

Con respecto a los problemas que aquejan a las Ligas de Consumidores en la ciudad, podemos mencionar dos tipos, unos que hacen parte de la problemática nacional y otro que conciernen más a los aspectos locales.

En el aspecto de la problemática nacional, ésta se refleja en Barranquilla en iguales o aún en mayores proporciones.

Las Ligas y la Asociación de Consumidores se quejan con frecuencia de las diferentes disposiciones que se emiten en torno al control de los precios. En este aspecto hay una queja constante de la Asociación en lo que hace relación a los organismos que controlan el precio, pues las intromisiones de estos órganos se vuelven contradictorias y muchas veces inoperantes.

En la vida práctica muchas veces la Asociación se encuentra con que hay varias secciones que regulan los precios de un mismo producto y esto presenta confusión y problema a la hora de revisar los precios de los mismos.

En el caso de Barranquilla, la Prefectura de Precios emite boletines sobre los productos de consumo, e igualmente el DANE tiene sus cartillas donde estipula los precios de determinados productos, muchas veces estos valores no coinciden, lo que genera desconcierto y problemas a la hora de adelantar los operativos la Asociación.

En lo que respecta al control de la calidad, los organismos encargados no son eficientes y muchas veces no llevan a cabo en forma idónea su tarea.

Por otra parte las Ligas se encuentran muchas veces con que la comunidad no las conoce o tiene un concepto deformado de ellas y como es lógico esto se vuelve en su contra a la hora de llevar a cabo una tarea.

A continuación elaboramos unos cuadros de las opiniones de la comunidad con respecto a las Ligas.

No.	CONCEPTO	%
1	No la conocen	20
2	Son importantes	30
3	Están politizadas	10
4	Deben darse a conocer	10
5.	Son necesarias pero desconocidas	10
6.	No emiten concepto	20

Fente : Las Autoras

En términos generales la comunidad tiene un concepto positivo de las Ligas, ya que un 30% de las personas encuestadas declararon que para ellos las Ligas son organizaciones importantes.

Aunque hay un fuerte grupo que mantiene una actitud un poco de desconocimiento y desconfianza hacia las ligas, lo que obliga necesariamente a replanteamientos en cuanto a las políticas de las Ligas hacia la comunidad.

CONCEPTO DE LOS LIDERES DE BASE

No.	CONCEPTO	%
1	Son demagogias del gobierno	30
2	Están manejadas por políticos	30
3.	Deben unirse a la comunidad	10
4.	Deben ser elegidas por la comunidad	10
5.	Desconocen el tema	20

Fuentes: Las Autoras

En lo que respecta a los líderes de las comunidades estos manifestaron en términos generales una cierta desconfianza en relación a las Ligas, un 30% las consideró como organizaciones demagógicas del gobierno y otro 30% las consideró como un ente politiquero.

La opinión de los líderes de las comunidades demuestran un poco el grado de politización de las entidades gubernamentales, que lleva a identificar con politiquería cualquier organización que suene un poco a oficial.

Se necesita de todas maneras, adelantar campañas, para crear un nuevo pensamiento en los líderes sociales.

Un problema bastante grande con que se encuentra la Asociación es el de los mandos medios, cada vez que se va a poner una denuncia sobre un producto por abuso de precio o mala calidad, la Asociación se encuentra con una burocracia gigantesca e inoperante que demora en revisar los papeles y en emitir la sanción al sindicado.

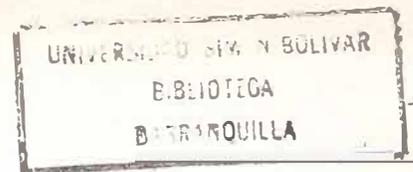
Este problema que mencionamos arriba se está presentando con mucha frecuencia últimamente, de ahí que muchas veces haya que recurrir al Alcalde directamente para que ayude a solucionar determinado problema.

Tenemos por otra parte, que la Asociación de Consumidores realiza por intermedio de la Junta Directiva su fiscalización de los productos, llendo al lugar indicado e identificándose con el carnet de consumidor.

Actualmente el carnet es portado por los miembros de la Junta Directiva únicamente, los diferentes presidentes de las Ligas no poseen este documento, por lo cual no pueden ellos adelantar directamente ningún control sobre los precios y calidad de los productos.

En estos momentos se hace indispensable que la Asociación de Consumidores distribuya el carnet de consumidor entre sus diversos presidentes para así lograr llevar a cabo una

fiscalización mucho más eficiente.



Actualmente el problema de los carnet se encuentra en discusión por parte de la Junta Directiva y se espera que de un momento a otro se le pueda expedir este documento a los Presidentes de las Ligas.

Económicamente las Ligas no tienen una situación muy solvente, lo que se ha de reflejar directamente en su trabajo adelantando con la comunidad.

Las Ligas para ser manejadas en forma eficaz necesita de una amplitud económica que le permita adelantar sin tropiezos las campañas que de llevar a cabo dentro de la ciudadanía.

El problema económico es una de las causas que tienen relación con el poco conocimiento que guarda la ciudadanía de las Ligas. Su pobreza le ha impedido proyectarse cabalmente en la comunidad y penetrar en ésta en forma arrolladora.

Con dinero se podrían emitir programas por radio y otros medios de comunicación, avizándole a la ciudadanía de la especulación que se presenta en cualquier producto.

4.3 LAS COMUNIDADES, LA CANASTA FAMILIAR Y LAS LIGAS DE CONSUMIDORES

Las comunidades en estos países en vías de desarrollo, son muy golpeadas económicamente hablando por el alto costo de la canasta familiar. En estos países el gasto en dinero para vivir es mucho mayor que el sueldo devengado.

La vida aumenta en sus costos, día tras día, para comprobarlo tenemos los informes del DANE donde señala el índice de aumento del costo de la vida en las diferentes ciudades, mes por mes.

Barranquilla siempre ha sido una ciudad que ha estado ocupando uno de los primeros lugares en lo que hace referencia al aumento del costo de la canasta familiar, lo que hace más indispensable aún el trabajo de las Ligas de Consumidores, ya que son ellas las encargadas directamente de velar por el costo de los diferentes productos básicos para la familia.

Aunque es necesario hacer una salvedad en torno al significado de la Canasta familiar y es que éste se refiere a todos los gastos que genera un hogar, en ella se incluyen productos de comida, vivienda, ropa, colegio y demás gastos propios de cualquier hogar.

Hacemos la aclaración anterior, pues dentro del común de las personas hay la noción de canasta familiar como algo solamente referido a lo que se compra en el mercado o en los supermercados.

La canasta familiar incluye todos los gastos generados para el vivir de una familia.

Las Ligas de Consumidores se han mostrado interesadas en el control de los precios de la canasta familiar, y ha protestado con el costo en algunos productos, pero la verdad es que hay mucho camino todavía por recorrer si de veraz se quiere llegar a ejercer un control eficaz sobre el aumento en la canasta.

Los obstáculos comentados en el anterior inciso son una muestra clara de los problemas con que se tropiezan las Ligas a la hora de llevar a cabo su tarea; estos problemas como es lógico impiden la labor eficaz y directa contra la especulación y el abuso en los precios.

Para el control de la canasta familiar las Ligas realizan operativos en los diferentes sitios de la ciudad con miras a supervizar el precios en los productos.

Los operativos consisten en desplazamientos que realizan

los miembros de la Junta Directiva a los supermercados y lugares afines con el objetivo de verificar precios y calidad. Se realizan de la siguiente forma.

Lo primero que se hace es escoger el sitio que se va a visitar, estos pueden ser:

- Supermercados
- Tiendas
- Expendios
- Almacenes
- Droguerías
- Grocerys
- Otros

Se desplazan un miembro de la Junta Directa , el cual va a el lugar con todos los papeles que lo acreditan como integrante de la Asociación de CONsumidores de Barranquilla, para que así los organismos correspondiente le guarden todo el respeto del caso y le den toda la colaboración necesaria.

El miembro de la Junta Directia se desplaza al lugar llevando en sus manos la lista de Los productos básicos con el precio emitido por la autoridad correspondiente. A continuación presentamos una lista de precio expedida por la Alcaldía Municipal, según fecha de Noviembre 20/86.

ALCALDIA MUNICIPAL

Prefectura de Precios, Pesos y Medidas

Barranquilla, Noviembre 20 de 1986

Nombre del Inspector

Nombre de la Industria: Lista Diaria de precios de los
 productos que se expeden en el Mer
 cado Público

Dirección

PRODUCTO	P.P. MAYOR	P. A1 DETAL
GRANOS		
Lentejas	\$270 kls	\$150 Lbs
Palomito	190 Kls	110 lbs
Alverjas	140 Kls	80 lbs
Cargamantos	260 kls	150 lbs
R. rosado	340 Kls	190 lbs
Zaragoza	340 Kls	190 lbs
F.C.Negra	140 Kls	85 lbs
Azúcar suelta	3250 bulto	35 lbs
Azúcar refinada	1950 paca	40 lbs
Panela	1300 caja	34 c/u
Sal empacada	800 paca	19 lbs
Yuda	850 bul	15 lbs
Plátano	12 c.u	15.16 c/u

PRODUCTO	P.P. MAYOR	P.AL DETAL
HUEVOS DE PRIMERA		
Rojos		\$13.50 c/u
Biancos		12.50 c/u
Cafe en bolsa	\$83.20	90 lbs
Café en papeleta	89.	96 lbs
FRUTAS		
Naranjas	4 c/u	5 c/u
Aguacate		
Mamey		
Zapote	25/cu	30.40 c/u
Melón	600 caja	60, 70
Papaya	60 c/u	70, 80, 90
Maracuya	700 caja	60 lbs
Curuba	1800 caja	100 lbs
Nispero	3,10	15.20
Tamarindo	60	70
Zanahoria	3000	30 lbs
Papa pastusa	2500	30 lbs
Papa limpia	2100	25 lbs
Tomate corriente	500 caja	35 lbs
Tomate Chonto		
Cebolla roja	1800	80 lbs

PRODUCTO	P.P. MAYOR	P.AL DETAL
Cebolla blanca	\$2400	\$50 lbs
Remolacha	3000	40 lbs
Repollo	1500	25 lbs
Leche		60 lit.

BULTOS

Yuca	800	
Zanahoria	3000	
Papa	2100	
Remolacha	3000	
Repollo	1500	
Ñame	2200	
Queso blando	340 kls	180 lbs.
Queso duro	360 kls	190 lbs
Pollo entero con vis- cera	205 lbs	
Pollo entero sin vis- cera	205 lbs	
Muslos	225 lbs	
Alas	165 lbs	
Pechuga	265 lbs	
Visceras	80	
Pata y pescuezo	180 lbs	

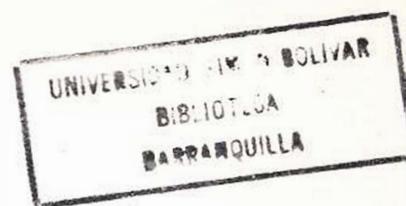
PRODUCTO

P.P. MAYOR

P. AL DETAL

Gallipava

\$185 lbs



PESCADO

Bocachico pequeño	400 mano
Bocachico mediano	600 mano
Bocachico grande	1200 mano
Mojarra pequeña	250 mano
Mojarra media	400 mano
Mojarra grande	600 mano
Burel	500 kilo
Róbalo	500 kilo
Lebranche	2000 mano
Papa criolla	3200 bulto
Limón	3 c/u
Guayaba	650 caja
Piña	900 mochila de 16 piña
Ñame	2200 bulto
Ají	1500 bulto

Fuente: Alcaldía Municipal de Barranquilla. Noviembre

20 de 1986

Con la lista anterior, en la cual estén otros productos la persona va al supermercado y toma el producto , mira el precio de la etiqueta y lo compara con el que él lleva, de estar en desacuerdo, va donde el Jefe del lugar y le hace la observación, para que él se dirija a la persona indicada, si esto se hace y no hay modificación en tornos a los precios, el miembro de la Junta Directiva tiene el derecho de elevar queja ante la Alcaldía y las autoridades respectivas que el proveedor o el productor sea sancionado.

Con el pesaje se hace lo mismo, se mira el peso en gramos que dice tener el producto, luego se comprueba en la pesa, y de existir contradicción se eleva la queja respectiva.

En este momento cualquier anomalía que detecte un Presidente de Liga o un miembro, debe comunicarla a los miembros de la Junta Directiva, para que estos adelanten el reclamo.

4.4 ALTERNATIVAS PARA EL MEJORAMIENTO DEL TRABAJO DE LAS LIGAS EN BARRANQUILLA

Las Ligas necesitan de ciertas reformas en su mecánica de trabajo, si realmente se quiere alcanzar el objetivo propuesto en una forma óptima.

- Es importante adelantar una instrucción a los diferentes Presidentes de las Ligas y a los miembros de ésta sobre todos los aspectos que tienen que ver con el control del precio, y calidad de los productos.

Actualmente son los miembros de la Junta Directiva los que conocen todos los vericuetos y reglas que rigen sobre los productos, lo cual es algo un poco negativo, pues quedan ellos como los únicos indicados para adelantar con justo conocimiento de causa cualquier demanda por anomalía en los precios. Es necesario en este momento, en el cual la ciudad atraviesa por una fuerte crisis especulativa, que la mayor cantidad de gente tenga las herramientas teóricas y prácticas necesarias para adelantar cualquier revisión sobre los precios y la calidad de los productos.

Por lo anterior es necesario que las Ligas impulsen cursos y seminarios, como los adelantados por las cooperativas y sindicatos, tendientes a aumentar el conocimiento de sus afiliados referente a los problemas propios de las Ligas.

Si en las Ligas sus miembros saben cómo, dónde y ante quién quejarse sobre los abusos cometidos por los expendedores de los productos, seguramente se habrá dado un paso grande en la ciudad en relación a disminuir el costo de la

canasta familiar.



- Es conveniente que las Ligas adelanten campañas económicas tendientes a engrosar sus arcas, con miras a poder adelantar todas las tareas que tiene pendiente.

En este momento en que la ciudad se encuentran en pleno desarrollo, en el cual el barrio ha dejado de ser un tanto el de otros años, se hace necesario que las Ligas adelanten campañas masivas de orientación al consumidor, y ésta sólo se pueden hacer con la ayuda de la ciudadanía y con algún dinero disponible.

La utilización de los órganos de comunicación como la radio, la prensa, la televisión requiere de cierta cantidad de dinero, el cual deben buscar las Ligas de alguna manera, para que sus mensajes lleguen a más gentes.

- Es conveniente que se nombren comisiones para efectuar tareas y una otra para supervisar el cabal cumplimiento de las mismas, tratando así de evitar cualquier abuso de autoridad que pueda cometer un miembro de las Ligas.

- Se debiera adelantar un trabajo masivo en los barrios de menores recursos, con el objetivo de que a estas personas se le cobre lo justo y no se abuse de su escaso sueldo.

El trabajo masivo consistiría en brigadas permanentes en los expendios de los alrededores con miras a controlar en forma constante los precios. Las brigadas deberían ser permanentes pero atemporales, es decir, sin un horario fijo, para que así el expendedor no sepa cuándo puede ser visitado por un miembro de las Ligas.

- En otras esferas, el trabajo con los grandes productores se hace imperioso, y para esto a nivel nacional se deberían adelantar políticas tendientes a ejercer un control sobre los mayoristas, ya que actualmente la supervisión se ejerce sobre el eslabón más débil como lo es el tendero.

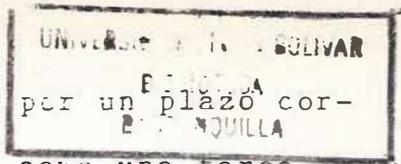
5. PROPUESTA DE TRABAJO SOCIAL

Las Ligas de Consumidores son organizaciones importantes en cualquier comunidad, y mucho más en este tipo de países donde la usura y la especulación están al orden del día. Por eso la ciudadanía por entero debería apoyar el surgimiento y desarrollo de las mencionadas ligas.

Creemos que para un mejor funcionamiento de las Ligas de Consumidores en el Municipio de Barranquilla deberían tenerse en cuenta los siguientes puntos:

1. Es necesaria una campaña de concientización dentro de la comunidad, de difusión de los objetos, metas, importancia y demás aspectos de las Ligas, para que esta campaña genere en el individuo y la comunidad el incentivo de crear sus propias Ligas.

Es necesario que el ciudadano común y corriente se entere por completo del funcionamiento de las Ligas, para así al contemplar su importancia, se vea impulsada a apoyarlas.



Es conveniente que esta campaña no sea por un plazo corto, sino que por el contrario se tenga como una tarea más a cumplir por las Ligas en sus funciones anuales.

Decimos lo anterior, porque consideramos que de nada sirve una labor de difusión de tres o cuatro meses, si después se entra al anonimato. Ecogotá y la Confederación Colombiana de Consumidores es un buen ejemplo al respecto, donde allí vemos que día tras día se adelantan campañas de concientización al consumidor sobre diversas áreas de su interés.

2. El trabajo conjunto y bilateral de las Ligas de Consumidores con las diferentes organizaciones de base, sería una labor que fortificaría a ambas asociaciones.

En este aspecto se trataría de hacer un trabajo interrelacionado, donde las Ligas se ayuden con las organizaciones de bases, y éstas a su vez saquen provecho de las Ligas. Es un trabajo integral donde las diversas agrupaciones irían a salir beneficiada. Como se ha dicho anteriormente, no se trata de que una trabaje en función de la otra, sino en lo posible se pretende realizar labores y tareas que beneficien a todos.

La consigna de trabajar con las organizaciones de bases,

es una tarea que se ha impulsado desde el V Congreso de Consumidores realizado en Manizales , allí se lanzó la idea de lo importante que es realizar trabajo con cooperativas, cajas de compensación , agremiaciones, etc.

Este trabajo tiene que ser a un período largo, pues no se puede pretender que trabajando unos meses se pueden conseguir resultados. El trabajo debe ser a largo alcance y en forma constante

Es importante el trabajo con las organizaciones de bases, ya que al estar éstas conformadas por miembros de la comunidad, que son los directamente afectados por todos los abusos en los precios, se puede lograr un efecto magnífico, ya que si éstas personas toman conciencia de lo importante que son las Ligas en la defensa de su ingreso y egreso, a lo mejor la especulación y carestía podría llegar a disminuir un tanto, en esta nuestra ciudad.

3. La campaña de concientización al consumidor debe adelantarse utilizando todos los medios de comunicación, desde prensa, radio, boletines, hasta el nuevo canal regional que poseemos en este momento.

La campaña debe ser adelantada con fines precisos, para elaborar slogans y adelantar la publicidad con mayor preci-

sión.

Para esta campaña, creemos se puede tomar como modelo, las realizadas en Bogotá, tanto en la prensa como en la televisión. En la capital de la República a cada momento se le está enviando información y mensajes al consumidor respecto a los productos, precios de los mismos, calidad, etc.

4. Es necesario que la Asociación de Consumidores se distribuya su trabajo por comisiones o áreas, para que cada una de estas se especialicen en un tópico determinado. Por ejemplo se deben crear comisiones para que controlen exclusivamente el precios, otras la calidad, etc.

Creemos que con esto se puede conseguir que las personas encargadas de un campo determinado se vuelvan peritos en el mismo y sean capaces de detectar los fraudes con mucha más rapidez que un individuo cualquiera.

El hecho de que sean las mismas personas quienes ejecutan todas las labores crea inconvenientes, pues muchas veces la cantidad de sitios que deben visitar y el gran número de productos a supervisar, hacen que la vigilancia no sea tan estricta y eficaz.

5. La Repartición de los Carnet de Consumidores se hace una necesidad prioritaria; este documento ha de permitir a un buen número de Presidente de las Ligas ejercer sus funciones de vigilancia y control en los diferentes barrios de Barranquilla.

La Asociación de Consumidores, debe vigilar igualmente el correcto uso de los carnet, creando organismos encargados de las quejas que puedan presentar tenderos, expendios y demás que tengan problemas con Presidentes de las Ligas, por abuso de autoridad.

Hacemos la anterior declaración, pues en estos momentos una de las preocupaciones de la Junta Directiva de la Asociación de Consumidores es el mal uso que pueda hacerse de los carnet de consumidores.

6. La Asociación de Consumidores debiera impulsar las reuniones asiduas con otras Asociaciones del país, con miras a intercambiar experiencias y conocimiento.

El intercambio con otras Ligas ha de enriquecer mucho a la Asociación.

Por otra parte, los alcances de las Ligas son inestimables, si verdaderamente se ponen a trabajar en forma ordenada y metódica, ya que una ciudad que tenga como guardianes a los diferentes policías cívicos en que se convierten los miembros de las Ligas, pueden dormir tranquilo, sabiendo que su bolsillo va a estar bien cuidado.

Es importante el contacto permanente con otras ligas para así no desactualizarse ni estar por fuera de las tareas nacionales, que también son necesarias impulsar.

TAMAYO y TAMAYO, Mario. El proceso de la Investigación Científica. México, Limusa, 1987.

TORRES DIAZ, Jorge. Metodología del Trabajo Social. Barranquilla, Universidad Simón Bolívar. Facultad de Trabajo Social, 1985.

----- Cuaderno de Estudio de Trabajo Social. Barranquilla, Noviembre, 1984.

----- Historia del Trabajo Social. Barranquilla, Grafitalia, 1985.

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Orientación al Consumidor. No.1. Bogotá, Diciembre, 1981.

URRUTIA MONTOYA, Miguel. Historia del sindicalismo en Colombia. Bogotá, Uniandes, 1969.