

Estrategia

REVISTA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

VOLUMEN 1 / AÑO 2021

- *EL CONCEPTO DE SMART OFFICE U OFICINA INTELIGENTE COMO MODELO NEGOCIO EN COLOMBIA*
- *FORMACIÓN DEL JUICIO DE VALOR EN LA MEDICIÓN Y VALORACIÓN CONTABLE DESDE LA PERSPECTIVA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL*
- *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN PYME PRESTADORAS DE SALUD DE CARTAGENA*
- *SALARIOS, EMPLEO, DEMANDA Y PRODUCCIÓN: ENFOQUES ANTAGÓNICOS EN LA TEORÍA ECONÓMICA*



Revista Estrategia

Vol. 1 No.1

2021

ISSN 2711-3213

Fundador

Dr. Elías Bechara Zainum

Rectora

Dra. Adriana Suarez de Lacouture

**Decana Facultad Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables**
Shirley Chadid Benito Revollo

Director

Helmer Muñoz Hernández

Editor

Javier Dario Canabal Guzmán

Comité Científico

Dr. Nelson Andrés Figueroa Mendoza

Magister en Desarrollo Empresarial
Universidad del Sinú
Colombia

Dr. Meredith Leonor Jiménez Cardenas

Doctora en Ciencias mención Gerencia
Universidad de la Guajira
Colombia

Dr. Yanh Jesús Benítez Perdomo

Doctor en Ciencias de la Educación
Universidad Latinoamericana y del Caribe
Venezuela

Dr. Luis Manuel Zúñiga Pérez

Magíster en Administración y Planificación
Educativa
Corporación Unificada Nacional de Educación
Superior CUN
Colombia

Dr. Francisco Antonio Bárcenas Merlano

Magíster en negocios internacionales e integración
Universidad de Córdoba
Colombia

Comité Editorial

Dr. Alonso José Larreal Bracho

Doctor en Ciencias de la Educación
Universidad Metropolitana de Educación Ciencia y
Tecnología UMECIT
Panamá

Dra. Alexaivy Torres López

Doctora en Ciencias de la Educación
Universidad Pedagógica Experimental Libertador
Venezuela

Dr. Benjamin Castillo Osorio

Magister en Planeación Urbana
Universidad del Sinú
Colombia

Luz Karine Jiménez Ruiz

Doctora en Innovación
Universidad Popular del Cesar
Colombia

Miladys Paola Redondo Marín

Magíster en Educación
Universidad del Área Andina
Colombia

INDICE

	PAG.
EDITORIAL	3
EL CONCEPTO DE SMART OFFICE U OFICINA INTELIGENTE COMO MODELO NEGOCIO EN COLOMBIA	4
FORMACIÓN DEL JUICIO DE VALOR EN LA MEDICIÓN Y VALORACIÓN CONTABLE DESDE LA PERSPECTIVA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	25
LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN PYME PRESTADORAS DE SALUD DE CARTAGENA	36
SALARIOS, EMPLEO, DEMANDA Y PRODUCCIÓN: ENFOQUES ANTAGÓNICOS EN LA TEORÍA ECONÓMICA	46

Editorial

Resiliencia y Transformación en la Ciencia Económica Post-Pandemia

Resilience and Transformation in Post-Pandemic Economic Science

La edición que el lector tiene en sus manos no es solo una compilación de hallazgos científicos; es un testimonio de la perseverancia académica en tiempos de incertidumbre. El año 2021 marcó para el mundo —y especialmente para la academia en la región Caribe— un periodo de transición crítica. Tras el impacto inicial de la crisis sanitaria global, la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad del Sinú asumió el reto de documentar la transformación de nuestras organizaciones y modelos teóricos ante una realidad que exigía respuestas inmediatas y rigurosas.

En este número, la revista ESTRATEGIA explora la convergencia entre la innovación técnica y el compromiso ético. Iniciamos con una mirada a la sofisticación de las herramientas de decisión en el artículo sobre el análisis financiero a través de la lógica difusa, una metodología que permite abordar la incertidumbre del sector comercio con una precisión que los modelos tradicionales a veces no alcanzan. Esta búsqueda de eficiencia se complementa con el estudio sobre las Smart Offices en Colombia, recordándonos que el espacio de trabajo ha dejado de ser un lugar físico para convertirse en un ecosistema digital estratégico.

No obstante, la técnica sin ética carece de propósito. Por ello, esta edición otorga un lugar central a la dimensión humana. Se analiza la formación del juicio de valor en la valoración contable bajo la lupa de la responsabilidad social, y se aterriza este concepto en nuestra realidad regional con un estudio sobre la RSE en las pymes de salud en Cartagena. Estos trabajos subrayan que la contabilidad y la administración no son fines en sí mismos, sino herramientas para el bienestar social.

Finalmente, cerramos con un retorno necesario a las bases: un análisis de los enfoques antagónicos en la teoría económica respecto al empleo y la producción. En un momento de reactivación, cuestionar las grandes teorías sobre el salario y la demanda es vital para proponer políticas públicas más justas.

Invitamos a la comunidad académica a redescubrir estos textos que, aunque gestados en la adversidad del 2021, ofrecen luces claras sobre el camino que hoy seguimos recorriendo hacia la excelencia investigativa..

Javier Darío Canabal Guzmán

Editor de la Revista ESTRATEGIA

Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Universidad del Sinú E-Elías Bechara Zainúm-

Campus Montería

Recibido para publicación el 10 de septiembre de 2021

Aceptado para publicación el 04 de octubre de 2021

EL CONCEPTO DE SMART OFFICE U OFICINA INTELIGENTE COMO MODELO NEGOCIO EN COLOMBIA

THE CONCEPT OF SMART OFFICE OR SMART OFFICE AS A BUSINESS MODEL IN COLOMBIA

Artículo de Investigación

Juan Felipe Martínez¹

Resumen

El concepto de Smart Office o también conocido oficina inteligente como Modelo Negocio, es un espacio amable con personas y con el entorno, el cual permite desarrollar la actividad laboral en condiciones óptimas de confort y mejorar la productividad de los empleados gracias a una integración adecuada de las tecnologías, haciendo un uso eficiente de los recursos. Dentro de la expectativa empresarial, busca aumentar la riqueza de sus creadores o accionistas, desde dos ópticas: la primera la encontramos al ser más autosuficientes y sostenibles, basándonos en la eficiencia, el ahorro y el medio ambiente, conquistando variables claves como productividad y competitividad con un menor costo de producción y mejores resultados a nivel de ventas; la segunda, se da en la medida en que puedo descargar o transferir toda la carga operativa y administrativa, de aquellas actividades que me restan tiempo de productividad, a un tercero para en si poder dedicarme a mi corte de negocio.

Este formato día a día adquiere más adeptos y se posiciona globalmente como una alternativa innovadora que apoya los procesos de incubación y crecimiento de las empresas dentro de un contexto globalizado pero demasiado exigente. Hoy podemos concluir que es una alternativa para crecer como organización con bajos costos de producción.

Palabras clave: Modelo de negocio, Oficina, Sostenibilidad, Eficiencia, Competitividad, Innovación.

Abstract

The concept of Smart Office or also known as an intelligent office as a Business Model, is a friendly space with people and the environment, which allows to develop work activity in optimal comfort conditions and improve employee productivity thanks to an adequate integration of technologies, making efficient use of resources. Within the business expectation, it seeks to increase the wealth of its creators or shareholders, from two perspectives: the first is found by being more self-sufficient and sustainable, based on efficiency, savings and the environment, conquering key variables such as productivity and

¹ Administrador de Empresas, especialista en Evaluación de proyectos, magister en Administración. Docente Universidad de Medellín.pipemartinez59@gmail.com.

competitiveness with a lower production cost and better results at the sales level; the second is given to the extent that I can download or transfer all the operational and administrative burden of those activities that reduce my productivity time, to a third party in case I can dedicate myself to my core business.

This day-to-day format acquires more adherents and is globally positioned as an innovative alternative that supports the incubation and growth processes of companies within a globalized but too demanding context. Today we can conclude that it is an alternative to grow as an organization with low production costs.

Keywords: Business model, Office, Sustainability, Efficiency, Competitiveness, Innovation.

Introducción

Día tras día, nos enfrentamos a un mundo muy veloz en cuanto a comunicaciones y proceso comerciales, donde los efectos de la globalización y conectividad nos exigen ser más competitivos e instantáneos para lograr sostener y tener una participación en el mercado.

Por otro lado encontramos ciertas limitaciones o barrera de entradas para desarrollar una idea de negocio. Al arrancar con un proyecto de emprendimiento estructurado y organizado, para su funcionamiento, se requiere del espacio físico que nos proporcione organización e imagen competitiva. Sin embargo, esta situación se convierte en el gran dilema, pues nos gastamos más de un 50% de la inversión en acondicionar nuestro espacio de trabajo, que en muchas ocasiones no logramos concretarlo con nuestra expectativa simplemente por ahorrar costos.

En definitiva, la “oficina inteligente” es una realidad mucho más cercana de lo que creemos y es aplicable a cualquier empresa, con independencia de su tamaño o sector. Sólo es necesario replantear el funcionamiento actual de nuestro negocio e introducir esas pequeñas mejoras que, pese a necesitar de inversión, nos reportarán a medio plazo beneficios a nivel económico y empresarial, social y medioambiental. Claves en la construcción de un ecosistema empresarial sostenible.

También la conectividad se ha convertido en la variable principal para la operación y comunicación entre empresas, clientes y proveedores. Y qué decir de nuestro lugar de trabajo, donde pasamos un tercio del día, debería estar dotado de todas las condiciones de confort y tecnología para estar inmersos y poder transitar en esta nueva era, ¿por qué no hacer este lugar agradable y practico?, ¿cómo transferir mis operaciones y descargarme administrativamente? En fin, debo responder a esas exigencias manteniendo mi core de negocio por un lado, y por el otro, lograr ser rentable y sostenible en mi Empresa maximizando

mis utilidades o beneficios. Es así de esta manera como un concepto relativamente reciente se posiciona en el mundo de los negocios respondiendo esos interrogantes.

Se trata de un Modelo de Negocio alternativo e innovador aplicado en la Empresa, pero que al igual que el resto, pretende satisfacer necesidades a un universo de Clientes; como también, dentro de la expectativa empresarial, busca aumentar la riqueza de sus creadores o accionistas. Queremos profundizar en como los conceptos de Oficinas lograron evolucionar permitiéndonos ser más autosuficientes y sostenibles, basándonos en la eficiencia, el ahorro y el medio ambiente, conquistando variables claves como productividad y competitividad con un menor costo de producción y mejores resultados a nivel de ventas, permitiendo así la maximización de esa utilidades o beneficios, un estilo que cada día adquiere más adeptos y se posiciona globalmente. Estamos hablando del Modelo de Negocio denominado Smart Office o dicho de otra manera Oficinas Inteligentes. Este no es más que un espacio amable con personas y con el entorno, que permite desarrollar la actividad laboral en condiciones óptimas de confort y mejorar la productividad de los empleados gracias a una integración adecuada de las tecnologías, con un uso eficiente de los recursos. Un tema del cual nos ocupáramos a lo largo del desarrollo de este artículo.

Smart office, una solución empresarial para aumentar la productividad

La Empresa al realizar su función genera ingresos a través de sus ventas, estos a su vez dan los beneficios o utilidad, y de esta manera se consume el objetivo de hacer o crear empresa. Sus propietarios o accionistas siempre esperan que su riqueza aumente, proporcionando una mejor calidad de vida en ellos. Sin embargo y no obstante al deber ser, este ha sido el gran dilema, ¿cómo lograr esa maximización de las utilidades o beneficios?

Si miramos a lo largo de la historia y de toda la literatura concerniente al objetivo de la empresa o de crear un negocio, encontraremos muchas razones y justificaciones, todas confluyen al mismo punto, la riqueza. Nuestros esfuerzos redundan que esta sea la mayor como recompensa, y esto nos hace esforzarnos toda una vida para acertar el camino, pero muy a pesar de ello, no es fácil, hay factores exógenos y endógenos en la organización que condicionan ese objetivo. Si bien existen diversas opiniones o autores que han aportado y documentado mucho sobre el tema, proporcionándonos herramientas para la administración y el desarrollo de la empresa, como un mejor punto de apoyo para lograr los resultados, sigue siendo una dura tarea. Entonces de qué manera tomamos mejores decisiones, sería un buen interrogante, sobre todo que sean asertivas dentro del rol que desempeñamos en la organización. Una respuesta subjetiva, máxime cuando maximizar las utilidades o beneficios se ha convertido en la premisa fundamental a nivel de la organización, partiendo del supuesto que toda esta debe desembocar en ese

mismo punto. En ello gastamos cada momento con infinitos esfuerzos para entender cómo lo logro, convirtiéndolo en un objetivo esencial.

Más allá de ese objetivo, cada caso es particular desde la experiencia subjetiva dentro de la organización, es decir, nuestra propia vivencia, donde la fórmula comienza a tener carácter y estilo individual. Esa manera independiente que a la larga redundando en ese objetivo, también se convierte en un mecanismo para generar ingresos y beneficios manteniendo en esencia lo que hace la Empresa, su estrategia e implementación. ¿Y cuál sería ese vehículo que me llevaría a lograr esos resultados?, no hay una respuesta absoluta.

Sin embargo, muy cerca de lo que hacemos, encontramos un instrumento regulador de la actividad u objeto social, de carácter administrativo dentro de la estructura organizacional, y que para los casos exitosos se convierte en un patrón a seguir, que podemos denominar, *Modelo de Negocio*.

¿Qué es un Modelo de Negocio?

Aunque su definición está más relacionada con el tema organizacional, leyendo algunos autores, los cuales citaremos en este artículo, encontramos diferentes conceptos que de manera subjetiva intenta definir lo que es un *Modelo de Negocios*.

Según *Barrios, M* (2010) se puede definir un Modelo de Negocio como “un complejo de rutinas interdependientes que se descubren, ajustan y matizan mediante la acción”, es decir todas aquellas acciones que articuladamente conllevan a un fin pero dan un toque esencial en el hacer. Por otro lado, *Ricart, JE* (2009) lo define como, “es el conjunto de elecciones hechas por la empresa y el conjunto de consecuencias que se derivan de dichas elecciones”, aquí encontramos causalidad, pues mis acciones representan una reacción.

Otra definición más simple pero concreta es la de *Magreta* (2002) que lo define como “historias que explican cómo la empresa trabaja”, una definición muy puntual y concisa directamente relacionada con el hacer. Pero *Amit y Scott* (2001) van más allá con un concepto más amplio y lo definen como “un modelo de negocio explicita el contenido, la estructura y el gobierno de las transacciones designadas para crear valor al explotar oportunidades de negocios”, creación de valor y su relación en la cadena. Autores como *Chesbrough and Rosenbloom* (2001) presenta una definición más detallada y operativa al indicar que “las funciones de un Modelo de Negocios son: articular la proposición de valor; identificar un segmento de mercado; definir la estructura de cadena de valor; estimar la estructura de costes y el potencial de beneficios”. Y finalmente *Linder y Cantrell* (2000), sintetiza el concepto de la siguiente manera: “un modelo de negocio operativo es la lógica nuclear de la organización para crear valor”.

Diversos conceptos pero todos con un patrón o común denominador, el hacer. Grosso modo, no es más que una representación simplificada de la lógica del negocio, es decir, la descripción de la forma como cada negocio ofrece sus productos o servicios a los clientes, como llega a estos, su relación con ellos y cómo la empresa gana dinero, con la condición de que otros lo apliquen en su empresa u organización y genere resultados positivos, es decir, se pueda adoptar. Recordemos que la definición de *Modelo* es aquello que se toma como referencia para tratar de producir algo igual, por lo tanto se puede seguir o copiar y debe generar buenos resultados.

De esta manera articulamos este concepto de Modelo de Negocio con oportunidad, necesidad, innovación y satisfacción con características muy puntuales, aplicado a la empresa, que al igual que cualquier otro, pretende conducirnos a los objetivos empresariales como satisfacer necesidades a un universo de clientes dentro de un marco del saber y hacer. Y por el lado del propósito financiero, busca aumentar la riqueza de sus creadores o accionistas.

Y para que este modelo de negocio entre en un contexto innovador se hace necesaria una amalgama básica, aquella que contemple la tecnología, la información y la comunicación. A la larga es la innovación la que define el rumbo para ser sostenibles en este contexto global exigente donde la productividad toma fuerza una como variable relevante y pertinente. Ni que decir del Gobierno que juega un papel crucial en la actualidad, con una simbiosis sistemática de la política gubernamental en esta era de la información y comunicación. Nos referimos a las TIC, o dicho de otro modo, tecnologías de la información y la comunicación.

Según Monar y Quijano (2015), “las TIC son las tecnologías que ayudan a transmitir, procesar y difundir información de forma instantánea. Son consideradas como la base para reducir la Brecha Digital sobre la que se tiene que construir una Sociedad de la Información y una Economía del Conocimiento; por otro lado, “las TIC son herramientas tecnológicas que permiten manejar la información de manera inmediata y tener acceso a la misma desde cualquier lugar remoto”.

Este nuevo ingrediente, como variable clave, nos ofrece un alcance más institucional que también aporta las bases para esta amalgama básica y a la larga re define los conceptos de oficinas, como estos lograron evolucionar dentro del contexto tecnológico inmersos en esta era de la información. Su alcance y connotación nos permite ser:

- Autosuficientes y sostenibles, basándonos en la eficiencia, el ahorro y el medio ambiente
- Impactar variables claves como productividad y competitividad con un menor costo de producción y mejores resultados a nivel de ventas

- Permitir resultados financieros que maximicen mis utilidades o beneficios

Con estas características, es así, como un formato de oficinas cada día adquiere pertinencia y más adeptos posicionándose rápidamente a nivel global. Nos referimos a un Modelo de Negocio innovador y muy exclusivo denominado *Smart Office*.

Según *Leticia Gasca Serrano* (2010) “*La oficina es nuestro segundo hogar: pasamos en ella al menos 40 horas a la semana. ¿Por qué no convertirla en un sitio amigable con el entorno?*”.

Desde el punto de vista cronológico, según *Leticia Gasca Serrano* (2010) “este concepto data de la década pasada. Surgió en Alemania un interesante concepto: oficinas inteligentes. La lógica era simple: si gran parte de nuestra vida transcurre en el lugar de trabajo, éste debería ser un sitio amigable para con el personal y el entorno. La idea pronto tuvo eco en todo el mundo y se confirmó con beneficios comprobables”.

A pesar de su corta existencia, este Modelo de Negocio ha ido ganando adeptos rápidamente, logra posicionarse como una excelente alternativa de inversión y de satisfacción, pues pretende un uso eficiente de los recursos, que redunde en ahorro, dentro de un marco muy acertado con la realidad actual, globalización y conectividad, conceptos altamente correlacionados que afectan directamente el desarrollo de este Modelo de Negocio.

Según *Fabio Duarte* (2011) “Los organismos internacionales (ONU, OCDE) han utilizado el término conectividad para describir los artefactos tecnológicos que proporcionan la conexión física a las infraestructuras de tecnologías de información y comunicación”. Por otro lado, *Gabriel Dupuy* [16], la conectividad es la existencia simultánea de alternativas y vínculos directos entre los distintos puntos de una red. En esta visión, los usuarios, las computadoras y los servidores, entre otros, hacen parte de las redes tecnológicas.

Un dato sumamente importante para establecer las barreras de entrada o limitaciones de este Modelo de Negocio. Según *Orfila* (2015) que nos cuenta en su artículo, “Solo el 38% de la población mundial ha logrado conectarse al menos una vez en su vida a internet, según una investigación publicada por la plataforma Internet.org, impulsada por la red social Facebook”. Un porcentaje que aún sigue siendo muy bajo en esta era donde las redes sociales son el canal de comunicación más importante para las Empresas.

Si miramos el contexto regional o país, el panorama aun es más limitado y cuestionable, según *Orfila* (2015) “esta diferencia se agudiza si se comparan países desarrollados y en vías de desarrollo, pues en los primeros el número de personas que nunca se ha conectado a internet asciende al 32%, mientras

que, en los segundos, el 78% nunca ha accedido a la red”. Un gran **reto** para este Modelo de Negocio, pues de las recomendaciones para mejorar estas cifras el este mismo autor dice que “para conectar el mundo a la red, la plataforma impulsada por Facebook llegó a la conclusión de que debe hacer frente a tres grandes barreras de acceso: infraestructura, precio y conciencia sobre el valor de la conectividad”.

De manera que la conectividad y las TIC se convierten en variables claves para el desarrollo de las Oficinas Inteligentes como Modelo de Negocio, imprescindibles para la operación como fundamentales dentro del intercambio, pues se levanta un nuevo escenario económico llamando Mercado Digital.

¿Qué es una Oficina Inteligente?

Para hablar de este concepto, primeramente necesitamos contextualizar por qué hoy en día el mundo avanza o converge a ese adjetivo calificativo que denominamos “*inteligente*”, o ingles “*smart*”. Por ejemplo, si nos referimos a los televisores encontramos el concepto como smart TV, para los celulares smart phone, ni que decir de los supermercados que ya se habla de price smart y en nuestro caso particular smart office. Donde la automatización marca el nuevo ADN para satisfacer las necesidades de la sociedad. Es allí donde la innovación toma el mayor peso relativo.

¿Que introduce en el tema directamente?

La respuesta está en un nuevo Modelo de ciudades que a nivel global ha generado un gran reto, ciudades inteligentes. Según tesis doctoral Oscar Jair Cabrera Bejar (2010) “las previsiones de la ONU, en el 2050, el 75% de la población residirá en ciudades y el actual modelo de vida quedará obsoleto, de ahí que se esté trabajando en crear un nuevo concepto de ciudades que gracias a las tecnologías inteligentes (TIC) y de comunicación, estas serán inteligentes, pero sobre todo eficientes. El tráfico, el uso de suelo urbano, la baja eficiencia energética así como las emisiones de CO2 son los principales problemas a los que se enfrentan las ciudades del siglo XXI.

Las ciudades inteligentes (Smart Cities) son el nuevo paradigma que permitirá que haya un avance en el uso de las TIC y energías renovables para mejorar la calidad de vida de todos sus habitantes y así asegurar un desarrollo económico sostenible, es decir, una ciudad comprometida con el entorno”.

Esta ha sido la base, los antecedentes de todo lo relacionado con ese adjetivo calificativo llamado inteligente. La lógica debe ser simple: si queremos una ciudad inteligente, es necesario que todo lo que internamente funciona allí indiscutiblemente debe manejar esa misma connotación o cualidad. La innovación deberá permitirnos alcanzar ese estado para así mostrar un flujo coherente de ideas y acciones. Ni que decir del papel del estado o la institucionalidad deben regir en ese mismo sentido.

Según la Tesis de *Ingrid Kirschning*, Universidad de las Américas Puebla, México. Junio, 1992. “Un Edificio Inteligente se define como una estructura que ofrece a sus usuarios y administradores un conjunto coherente de herramientas y facilidades. Está diseñado para poder cubrir todos los posibles adelantos tecnológicos, siempre tomando en cuenta las necesidades reales de los usuarios y administradores del edificio. La finalidad de un edificio inteligente es la de proporcionar un ambiente de confort y seguridad, para maximizar la productividad y la creatividad así como hacer que la gente se sienta a gusto en su lugar de trabajo”. Dicho de otra manera, el espacio que creo debe estar preparado para cualquier cambio de acuerdo a las exigencias del medio o de sus usuarios; debe tener todo el potencial tecnológico para sostenerme en un ambiente globalizado y ser supremamente eficientes y cómodos.

No obstante, *Jesús Cortés* (2008), fundador y líder de equipo de Kabyax, firma especializada en la asesoría y ejecución de estrategias de consumo sustentable, explica: “Una oficina inteligente es aquella que conoce a la perfección su actividad, es decir, por cada una de las acciones que realiza –administrativas, de producción, de mantenimiento, etc.– sabe medir en tiempo y cantidad el consumo, gasto y desperdicio de los recursos que son indispensables para su operación, como papel, energía, energía eléctrica, hidrocarburos y agua”. Un concepto más relacionado con el medio ambiente, el ahorro de recursos y su uso eficiente, con un carácter más de responsabilidad social.

Y esta viene siendo una aproximación más cercana o puntual del concepto, pues a la larga se busca que ese espacio de trabajo sea el idóneo con sus características de comodidad y beneficios de productividad. No obstante, se deben tener en cuenta aspectos como Arquitectura, Diseño de interiores, Diseño de muebles y equipos, Tecnologías de acondicionamiento del aire, Tecnologías de cableado de edificios, Sistemas locales de comunicación, Sistemas computacionales, Automatización de oficina, fábrica y hogar, Factor humano y ergonomía, Estudios ecológicos y ambientales con la sinergia sistemática para que llegar a este producto final.

Por ejemplo, dentro de la tesis de Tesis de *Ingrid Kirschning* encontramos un folleto elaborado por *AT&T* para promover su sistema de cableado y organización para el Edificio Inteligente EI, que definen a un EI como “aquel que crea un ambiente que permita maximizar la eficiencia de los ocupantes con una administración eficiente de los recursos a mínimo costo. Mencionan los componentes de un EI, los cuales se dividen en cuatro áreas (administración de servicios, administración de información, conectividad, control general). Los beneficios de la administración de un EI están en el valor del edificio, eficiencia en la operación, y en la minimización del costo de recursos, costos de cambios, y problemas y costos de integración de equipo nuevo. Y explican los beneficios de costo de un EI. También mencionan seis etapas

en la "educación" de un edificio (estrategia, análisis, diseño, desarrollo, implementación y post-implementación”.

De igual manera hay que tener presente que una Oficina Inteligente debe ser completamente susceptible a los cambios y transformación. En el paso por el tiempo adaptarse a las necesidades futuras que traen consigo nuevas tecnologías o formas de presentación. Este cambio debe tener la particularidad de ser conveniente para el negocio como económico, al alcance y sin mayores complicaciones.

En síntesis finalmente una Oficina Inteligente es un espacio amable con personas y con el entorno, que permite desarrollar la actividad laboral en condiciones óptimas de confort y mejorar la productividad de los empleados gracias a una integración adecuada de las tecnologías, haciendo un uso eficiente de los recursos. Dicho de otro manera recordando la reflexión, no es más que comprender que el tiempo que mantengo en un escritorio es aproximadamente un tercio del día para lo cual requiero de la mejor disposición física y mental, y si ese entorno es agradable, me permitirá cumplir mi objetivo concentrándome específicamente en lo esencial, mi core de negocio, con menores costos y esfuerzos.

Revisando sus características para poder hablar de un Modelo de Negocio llamado Oficinas inteligentes o Smart Office, también se hace necesario tener un factor diferenciador de otros conceptos el cual se relaciona directamente con estos requisitos:

- Realizar compras considerando el menor impacto ambiental.
- Procurar el consumo responsable de insumos (papelería, agua, energía, etc.)
- Manejar adecuadamente los residuos sólidos (papel, plástico, pilas, tóner, desechos electrónicos, etc).
- Transferir la carga operativa y administrativa, para solo enfocarme en mi actividad esencial.

Este concepto de Oficinas Inteligentes o Smart Office como Modelo de Negocio va más allá del entorno y confort, pues su alcance brinda beneficios económicos importantes en la operatividad de la empresa o dicho de otro manera asume la carga operativa y administrativa de esta o del Cliente; también la aplicación de estrategias y tecnologías sustentables, es decir, aquellas que se fabrican en pro de la preservación del medio ambiente y sus recursos naturales, pero siempre garantizándonos un retorno de la inversión; también debe existir una reducción significativa de los costos de operación; y finalmente, desarrollar mi objeto esencial del hacer para mejorar mis niveles de ingresos exclusivamente dedicándome a la venta, que como consecuencia final sintetiza la maximización de las utilidades o beneficios.

Por otra parte, el contar con una oficina inteligente permite consolidar una imagen positiva con los diversos grupos de interés clientes, inversionistas, gobierno y comunidad en general, se mejora el ambiente

local y laboral, y se reduce el desperdicio de recursos. Si bien la identidad corporativa es una forma de presentación de tu negocio, permite el acceso a nuevos mercados, consolidando estrategias de posicionamiento que a la final se traduce en competitividad y globalización.

Adicional a sus características esenciales, finalmente, para que una oficina sea auténticamente inteligente se requiere que el personal que labora en ella adopte hábitos congruentes. Por ejemplo:

- El uso de papel a doble cara y su reciclaje posterior.
- El uso limitado de agua para aseo.
- La reducción de consumo de luz, apagando focos, equipos de cómputo, y otros dispositivos que no se estén utilizando.
- La separación y reciclaje de basura.
- El acopio de pilas y baterías de celular, entre otros.

Aun que no solo serán las características que darán cuerpo y vida al concepto, cabe señalar que dentro de este como Modelo de Negocio atinamos una variable sumamente importante y relevante, el Diseño. Si estamos buscando alternativas eficientes, sostenibles y menos costosas, este ítem jugara un papel esencial, dominante y fundamental dentro del formato, se convierte en uno de los grandes retos. Los arquitectos, fabricantes de muebles y accesorios de oficinas deben adaptarse a los nuevos tiempos: poco espacio disponible en las empresas, empleados que viajan y que en ciertos momentos trabajan a distancia, entre otros, y la solución tradicional del puesto de trabajo compartido no resuelve en parte el problema porque los trabajadores consideran que carecen de privacidad, de un espacio propio y muchas veces se sienten degradados.

¿Cuáles son las ventajas en si de una Oficina Inteligente?

Como inversionista encontramos una posición inclinada hacia los resultados, sobre todo los económicos y financieros. A sus dueños proporciona una alternativa de inversión innovadora con perspectiva de crecimiento y rentabilidad, pues no existen muchos sustitos y establecer físicamente este modelo de negocio requiere de una inversión considerable, es decir, una barrera de entrada por el lado de la oferta. En cuanto a los administradores proporciona un conjunto de facilidades para su mantenimiento, así como para la comunicación hacia dentro y hacia afuera del edificio permitiendo un control eficiente y económico, vigilancia, seguridad contra fuego, monitoreo, sistema de alarma, entre otros. También con la eficiencia en el manejo de los recursos humanos y físicos, encontramos un ahorro económico representativo en dinero, pues el sistema de operación está integrado de tal manera que un recurso se

redistribuye para todos los usuarios. Por ejemplo, si se tiene una recepcionista, ella representa a cada usuario, con un solo recurso humano puedo satisfacerlos a todos o en su defecto a muchos.

Desde el punto de vista como consumidor, hay demasiado beneficios, según *Ilse MaubertRoura* (2011) “Para todo emprendedor, contar con un espacio que sea sede de su negocio es una ilusión. Colgar los cuadros, elegir los muebles, pintar las paredes, en fin, cortar el listón de una oficina para iniciar operaciones. Pero muchas veces este sueño se ve truncado por los altos costos que implica montar una empresa de manera independiente. En ocasiones, hasta el 50% o más del capital para emprender se destinan en alquilar un inmueble y acondicionarlo”. Es por ello que la intención de lograr este sueño u objetivo de hace visible y posible con en formato. Por ejemplo, dentro de este Modelo de Negocio encontramos una solución que se llama Oficinas Virtuales, un servicio que le permite al empresario comenzar de manera profesional sin sacrificar su dinero, ya que están al alcance de prácticamente todos los bolsillos. Y lo mejor: son aptas para llevar a cabo todo tipo de actividad, desde coaching, psicología, diseño, contabilidad, arquitectura, freelances y proyectos desde casa, hasta producción y comercialización de artículos y servicios de tecnología.

Es así como los usuarios o cliente final, encuentran un lugar de trabajo, un ambiente seguro, diseñado ergonómicamente y en función de las personas ("PeopleOriented") para aumentar su productividad y estimular su creatividad. Provee también servicios sofisticados de computación y telecomunicaciones. Permite que cada usuario se dedique esencialmente a su core de negocio, pues cuenta con el recurso humano, la tecnología y el espacio dotado de herramientas de trabajo necesario para transferir esas actividades u ocupaciones que me restan tiempo de productividad.

Pero no solo hay un beneficio para el inversionista o cliente, también la sociedad en general ocupa un lugar importante en este contexto. Es un beneficio que impacta en diferentes áreas y situaciones. Según *Roberto Carlos Monar Altamirano y Pablo Eduardo Quijano Mazzini* (2015), hay un impacto directo a nivel social, pues un modelo de negocio como este genera reducción en “costos de desplazamiento, ahorro energético, menos uso del vehículo automotriz lo que implica reducción de gases contaminantes, mejora la inversión de redes y conectividad, más innovación y desarrollo tecnológico, movilidad reducida” entro otros. Desde esta óptica el Gobierno como agente económico y social debería jugar un papel fundamental e incentivar este tipo de iniciativas o modelo de negocio, pues se puede evidenciar el impacto positivo que genera para la sociedad.

¿Cómo se encuentra este modelo de negocio Smart Office en Colombia?

A nivel país aún el concepto como modelo de negocio es muy reciente, las personas en sí no identifican este contexto innovador y vanguardista. Solo en las principales ciudades de Colombia como Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla es donde encontramos un pequeño auge discreto de la evolución de este concepto. Las razones radican básicamente en el grado de complejidad que trae consigo la apertura de un Centro de Negocios que te permita desarrollar lo que es en sí las oficinas inteligentes, los costos para operar son muy altos, el desarrollo tecnológico es complejo, requiere de proveedores que comercialicen tecnologías especializadas en el tema de telecomunicaciones y la conectividad necesita un sistema de redes estable que garantice la operación.

Muy a pesar de ello no deja de ser una gran oportunidad de negocio en la medida en que se posiciona paulatinamente y se adquiere mayor penetración de mercado. Las posibilidades de obtener beneficios son muy altas, sobre todo si analizamos el concepto de oficina virtual ya que esta no requiere de un espacio físico en sí para el usuario o consumidor final, situación que me permite proyectar un crecimiento en ventas exponencial y con menores costos asociados por las economías de escala. Por ejemplo, los servicios de internet, telefonía, seguridad y en algunos casos el recurso humano, tienen costos fijos de producción, pero en la medida en que tenga más usuarios o clientes puedo distribuir entre todos este costo fijo logrando un menor costo fijo unitario que finalmente traerá como consecuencia más beneficios económicos para el inversionista.

A nivel regional se cuenta con una escasa presencia de este tipo de formato, siendo la ciudad de Barranquilla pionera en ese sentido, donde actualmente solo hay 3 empresas que manejan este Modelo de Negocio, generando una oferta muy limitada lo cual permite una gran oportunidad para realizar esta clase de emprendimiento. Para el caso local, que es la ciudad de Sincelejo, capital del departamento de Sucre, ubicada en la costa norte de Colombia, no existe este Modelo de Negocio, una zona completamente virgen en ese sentido, y al igual que muchas ciudades, la necesidad se vislumbra en el creciente auge comercial.

Desde esa óptica encontramos razones importantes para creer en este emprendimiento, pues sería un proyecto completamente innovador con la ventaja de ser pioneros en el medio. Al no tener competencia las posibilidades de crecer y penetrar el mercado serían muy amplias; el tema de precios y sustitutos escasos te permitiría manejar una estructura de mercado casi monopólica impactando las expectativas de rentabilidad y beneficios; el ser pioneros en un contexto te ayuda automáticamente con la parte publicitaria, pues el impacto en la potencial demanda llena de grandes expectativas a esos posibles clientes; tener un Modelo de Negocio innovador también marcaría un hito en ese contexto que aportaría

muchos beneficios a los empresarios y profesionales que tienen una actividad comercial. En fin es una oportunidad para todos.

Desde la óptica del inversionista es una oportunidad de negocio o emprendimiento, innovador y completamente exclusiva dentro del contexto geográfico nuestro, con una inversión inicial alta, pero grandes posibilidades de beneficios económicos. Para los clientes o usuarios finales, en este caso la demanda potencial, es una manera económica de tener su sede o espacio para la actividad con bajos costos de inversión y operación por un lado; por el otro, es un formato que permite descargar actividad que restan tiempo de productividad aumentando la dedicación al core de negocio.

Finalmente todo converge en ese mismo sentido, los resultados. Y estos no solo puede ser financieros, si no productivos. Pues desde ambas ópticas impactamos variables como la rentabilidad y productividad a través del uso eficiente de los recursos escasos.

Metodología

En la metodología básicamente buscamos demostrar las cuatro premisas de las ciudades inteligentes aplicadas al entorno de las oficinas y negocios u modelo Smart office.

Las cuestiones ambientales y las restricciones energéticas es uno de los elementos fundamentales para llegar a la sostenibilidad y el uso responsable de los recursos y, en especial, de la energía, esto se torna vital en el ámbito empresarial.

De tal forma para construir entornos inteligentes de trabajo es vital adaptar y hacer un uso eficaz de componentes físicos tales como sensores, controladores y dispositivos inteligentes, todo lo que pueda generar eficiencia y disminución de los costos asociados a la operación de la empresa.

Para soportar nuestro trabajo se realizó el siguiente muestreo y se definió la población de esta forma para sacar los análisis del modelo:

De esta manera logramos establecer una población (N) de 3.468 empresas para realizar la aplicación de la formula estadística, que finalmente nos arrojará la muestra (n).

Para establecer el tamaño de dicha muestra (n), se aplicó *muestreo aleatorio simple* para estimar la muestra, el objetivo fue determinar las razones de uso de las Oficinas Inteligentes, Salas de Juntas, Oficinas Virtuales y Coworking por parte de los clientes, para lo cual se construyó una encuesta que se compone de las siguientes razones:

Económicas; Costos asociados; Innovación; Tipos de empresario; Nivel de ingresos.

Para calcular el tamaño de la muestra (n), de acuerdo a los componentes estadísticos, se empleó la siguiente expresión:

El cálculo del tamaño de la muestra es uno de los aspectos a concretar en las fases previas de la investigación comercial y determina el grado de credibilidad que concederemos a los resultados obtenidos.

Una fórmula muy extendida y utilizada en los estudios de mercados que orienta sobre el cálculo del tamaño de la muestra para datos globales es la siguiente:

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

k: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95,5 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4,5%.

Los valores k más utilizados y sus niveles de confianza se detallan en la Tabla 1.

Tabla 1. *Valores k utilizados y niveles de confianza*

K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,50%	99%

e: es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella.

p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$.

n: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

Vamos a proceder para realizar el cálculo de la muestra aplicando la fórmula anterior de la siguiente manera como lo muestra la tabla siguiente:

Tabla 2. Variables y datos

VARIABLES	DATOS
N	3468
K	1,65
E	5%
P	0,5
Q	0,5
APLICACIÓN FORMULA	
N	254

Con un nivel de confianza del 90%, para una población (N) de 3.468 empresas, el resultado final de la muestra (n) es de 254. Esto quiere decir que nuestras encuestas se deben realizar a este número de empresas para completar el análisis como investigación de mercado.

Tercero: ya teniendo la muestra (n), fue realizar de manera complementaria las respectivas encuestas a dichas empresas con el fin de establecer la factibilidad del uso de las oficinas inteligentes como todo el portafolio de servicios que ofrece la empresa. Donde estos fueron los resultados de ese estudio:

Resultados de la encuesta

A continuación vamos a mostrar los resultados de la encuesta que realizados a las diferentes empresas según la muestra:

Tabla 3. Ficha técnica de la encuesta

FICHA TÉCNICA	
TRABAJO DE CAMPO	Noviembre 1 al 20 de 2016
ÁMBITO	Departamento de Sucre
DISEÑO MUESTRAL	Muestra Segmentada por Municipio
UNIVERSO	Empresas del Departamento de Sucre
NIVEL DE CONFIANZA	90%
ERROR MUESTRAL	5%
TAMAÑO DE LA MUESTRA	254
INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN	Cuestionario de preguntas cerradas con respuesta única
SISTEMA DE CONSULTA	Telefónica

De esta forma se estableció la herramienta estadística para lograr los resultados requeridos en el estudio y soporte del modelo.

Usando la información recopilada por dichos dispositivos y mediante el software adecuado, podemos analizar cómo hacer un uso más eficaz de nuestros recursos y llevar a cabo acciones que nos ayudarán a rebajar nuestro impacto medioambiental y aumentar nuestra eficiencia energética mediante, por ejemplo, el uso de energías sostenibles con el medio ambiente o diversas tecnologías aplicadas a los

sistemas de calefacción, climatización, consumo eléctrico o refrigeración y todo aquello que consuma energía en la empresa.

La comunicación fluida de los actores entre sí, nos referimos a los elementos que conforman nuestro entorno de negocio: empleados, directivos, clientes internos, externos y proveedores. Dotar a nuestro negocio de los mecanismos necesarios para que la comunicación sea abierta, transparente, rápida y eficaz entre todos estos agentes es cada vez más sencillo gracias al uso de las nuevas tecnologías y el uso de plataformas inteligentes para dicho propósito.

El uso compartido de bienes y servicios, si la Smart City se caracteriza por poseer una activa participación de los usuarios en la concepción de productos y servicios, renunciando en algunos casos a la propiedad y uso individual, éste concepto es perfectamente aplicable a cualquier entorno de trabajo inteligente. Espacios y organizaciones en los que todos los miembros participan de forma proactiva.

Visto desde otra perspectiva, esto significa también compartir espacios de trabajo, recursos e, incluso, ideas. Los “coworking spaces”, en los que diferentes autónomos o empresas además de compartir espacio y recursos ponen en común proyectos, opiniones o experiencias, son la antesala de las Smart Office.

La integración de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación Así como la robótica y los sistemas inteligentes de gestión, que potencian el funcionamiento en neuroredes (conexiones inteligentes), de cierta forma, compilar los anteriores bajo la premisa de las nuevas tecnologías como motor de las Smart Office. Implantar sistemas de gestión inteligentes, en la nube y ligados a la posibilidad de acceder a ellos desde cualquier momento y lugar, lo que dotará a nuestro entorno de trabajo de mayor flexibilidad, rapidez y eficiencia, además de potenciar la comunicación tanto interna como externa y de los importantes ahorros tanto en recursos como en costes que supone.

La metodología utilizada para la construcción del proyecto se basó en la metodología

Construcción del modelo Canvas

Tabla 1. Definición de variable modelo CANVAS

CONSTRUCCION DEL MODELO CANVAS CENTRO INTELIGENTE DE NEGOCIOS		
ORDEN	CONCEPTO	DEFINICION
1	SEGMENTACION	1) Visitadores médicos; 2) profesionales independientes (abogados, contadores etc.); 3) asesores comerciales; 4) juntas directivas de las empresas del departamento; 5) estudiantes universitarios.

2	PROPUESTA DE VALOR	AUMENTAR LA PRODUCTIVIDAD: Mayor confort y transferir la carga operativa de administrar una oficina que resta tiempo de dedicación a su Core de negocio, bajo el concepto todo incluido, pues se paga un único valor.
3	CANALES	1) Posicionamiento Google; 2) Social Media (redes sociales); 3) Página web; 4) Tele mercadeo con bases de datos; 5) invitación y visitas a empresas; 6) aliados estratégicos hoteles, restaurantes, gremios etc.
4	RELACION CON EL CLIENTE	1) Servicio es personalizado; 2) Amabilidad del equipo de trabajo; 3) Confort de las instalaciones; 4) Seguridad de nuestros espacios; 5) Valores corporativos; 6) CRM con nuestros clientes.
5	FUENTES DE INGRESO	1) Cobramos por el tiempo que requiera el usuario (hora, día o mes); 2) envío de correspondencia; 3) Impresiones, escáner y fotocopias; 4) Organización de eventos; 5) Back Office (gestión de cartera).
6	RECURSOS CLAVES	1) Personal: recepcionista, soporte tecnológico, marketing digital y servicios generales; 2) Infraestructura: sede locativa, mobiliario, equipos de telefonía, sistema de cableado estructurado (voz y datos), pagina web; 3) Capital aporte de socios; 4) Servicios Públicos; 5) Servicios especializados de telecomunicaciones: servidor asterisk, pbx virtual, internet fibra óptica o dedicado.
7	ACTIVIDADES CLAVES	1) Servicio de recepcionistas; 2) Gestión de correspondencia; 3) Gestión y transferencias de llamadas; 4) Servicio de cafetería básica ilimitada; 5) envío de mensajes en tiempo real para los clientes; 6) Aseo y limpieza permanente; 7) Alarma monitoreada con cámaras de seguridad; 8) Marketing digital.
8	SOCIOS CLAVES	1) Proveedores servicios especializados de telecomunicaciones (internet y telefonía); 2) Soporte tecnológico (configuración y asistencia); 3) Red de aliados estratégicos.
9	ESTRUCTURA DE COSTOS	1) Inversión infraestructura física locativa; 2) Instalación del sistema estructurado de telecomunicaciones (voz y datos); 3) Nomina; 4) Servicios especializados de internet y telefonía (PBX virtual); 5)

		Servicios Públicos; 6) Publicidad y mercadeo (marketing digital); 7) Insumos de aseo; 8) Insumos de cafetería; 9) Impuestos.
--	--	--

Fuente: Elaboración propia (2015)

Esto nos llevó al estudio y documentación de información de una empresa con similar modelo de negocio en una ciudad de la región caribe, por lo tanto mediante la observación y la experiencia de estudiar su modelo, con un benchmarking del modelo, dentro de lo compete en la protección de la información por temas de ley.

Se definió la elaboración de unas encuestas digitales para la segmentación de los tipos de clientes a los que se quería llegar, agilizando el muestreo a los clientes potenciales, se estableció modelo de muestreo estadístico descriptivo determinando así la población y el tamaño de la muestra para el proyecto.

Se buscó establecer como el componente de innovación era necesario para los procesos para desarrollar el modelo y la implementación como tal, ya que no hay una empresa con las características similares en la ciudad de Sincelejo.

Se usaron herramientas financieras y balances contables, flujos de caja libre, proyección de venta entre otros indicadores de gestión que nos llevaran a la viabilidad del modelo para la modelación financiera buscando la viabilidad del proyecto, todo esto ajustado a los resultados del muestreo que se realizó, para la sustentación de la estructura de capital y los flujos necesarios para la implementación del modelo de negocio.

Resultados.

El concepto Smart Office como Modelo de Negocio le permite a la empresa y al profesional poder encontrar un espacio físico muy confortable con todas las herramientas para desarrollar integralmente su actividad.

Es una solución económica que me permite mejorar mis niveles de productividad, desde el enfoque comercial, al contar con una sede para el desarrollo de mi actividad con costos de inversión relativamente bajos.

La Empresa en este formato consigue un ahorro significativo en sus costos de producción, pues el uso eficiente de los recursos permite que estos niveles de gastos sean mínimos y controlables, sumado a esto el concepto de ahorro y medio ambiente, genere una cultura dentro de la organización que redunde en beneficios para la Empresa.

Se logra transferir carga operativa y administrativa a un tercero para poder dedicar más tiempo mi Core de negocio, impactando la productividad y las ventas que como consecuencia traerá la maximización de las utilidades y beneficios.

A la final encontramos una oportunidad eficiente de utilizar los recursos que son escasos y limitados, sin perder del rumbo de lo que hacemos, logrando afinar variables claves como productividad, competitividad y sostenibilidad.

Por último, este Modelo de Negocio desde el enfoque de emprendimiento o creación de empresa, es una alternativa de inversión innovadora con grandes expectativas de expansión y rentabilidad.

Discusión.

Entornos altamente cambiantes y competitivos, cambios sociales, nuevos hábitos de compra y la tecnología como gran protagonista del siglo XXI, donde la conectividad y la rapidez de las comunicaciones, y con un rasgo en común, la falta de tiempo. De ahí que, a nivel empresarial, los negocios quieran cambiar desde su propio centro de trabajo, apostando por la Smart Office como modelos sostenible y sustentable

Es necesario un cambio de filosofía y apostar al cambio para adaptarse a un entorno tan cambiante, una Smart Office no es sinónimo de una oficina llena de robots y gadgets nunca vistos. Es una filosofía por la que apuestan hoy en día las empresas, centrados en los clientes y sus trabajadores. El capital humano de una empresa es prioritario, de ahí que se apueste por el diseño y la creación de Smart Office u oficinas inteligentes donde el trabajador se sienta cómodo y sea participe real de la implementación de esta filosofía.

Algunas de las ventajas de las oficinas inteligentes son:

Mejorar la imagen de marca.

La sensación que le produce a un cliente o un proveedor el entrar en una Smart Office es increíble, aumentando su confianza, y viendo una empresa que invierte y se preocupa por el diseño, los equipos, la formación, etc.

Incrementar la productividad laboral es el anhelo de muchas empresas en diversos sectores de la economía, lograr la sostenibilidad de sus operaciones, gracias a la introducción de la tecnología en los procesos de trabajo, agilizando así las tareas diarias y dando paso al coworking, de esta manera, las empresas podrán dedicarse a lo que realmente importa, al “Core” de su negocio.

Mayor motivación laboral.

Una Smart Office se caracteriza por disponer de equipos más avanzados e innovadores, permitiendo a los trabajadores realizar las tareas en menos tiempo.

Mejoran las comunicaciones.

Las nuevas tecnologías permiten una comunicación fluida, rápida, transparente y homogénea, ya sea entre trabajador y cliente como entre los propios trabajadores.

La sostenibilidad y ahorro energético:

Luces de bajo consumo, aparatos electrónicos con sistemas inteligentes, etc.

En definitiva, ¿qué es una Smart Office?: innovación, creación, colaboración, pasión, valores compartidos

Referencias Bibliográficas.

Alexander Osterwalder. (Julio de 2010). Business Model Generation: A Hand book For Visionaries, Game Changers, And Challengers. Wiley. Recuperado de <http://www.Wiley.com/WileyCDA/WileyTitle/productCd-0470876417.html>.

Amit, R., y Zott, C. (2001). Value creation in e-business. *Strategic Management Journal*. (22), 493–520. doi: 10.1002/smj.187.

Barrios, M. (2010). Modelo de negocio. (Tesis de Pregrado). Universidad Americana. Barranquilla, Colombia.

Chesbrough, y Rosenbloom . (1926). The Dual-Edged Role of the Business Model in leveraging corporate technology investments. En Branscomb y Auerswald (Ed. 2001). *Taking technical Risks*. 57-68. Boston, Massachusetts y Londres, Inglaterra. Harvard College

Duarte, F. (2011). Inclusión digital, tres conceptos clave: conectividad, accesibilidad, comunicabilidad. *Ar@cne: revista electrónica de recursos en internet sobre geografía y ciencias sociales*. Recuperado de: <http://www.raco.cat/index.php/Aracne/article/view/244863/327947>

Dupuy, G. (1997). *Les territoires de l'automobile* Anthropos. *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. Universidad de Barcelona. (37), 216.

Gasca, L . (18 de Junio de 2010). Oficinas inteligentes ¿son posibles?. *Alto nivel*. Recuperado de <http://www.altonivel.com.mx/home.html>.

Kirschning, I. (1992). *Edificios Inteligentes*. (Tesis de pregrado). Universidad de las Américas Puebla, México

Linder, J., y Cantrell, S. (2000). Changing Business Models: Surveying the Landscape. *A Working Paper from the Accenture Institute for Strategic Chang*. Recuperado de <http://course.shufe.edu.cn/jpkc/zhanlue/upfiles/edit/201002/20100224120954.pdf>

Magretta, J. (Mayo de 2002). Why business models matter. *Harvard business review*. Recuperado de <https://hbr.org/2002/05/why-business-models-matter>.

Marquez, JF. (2010). innovacion de modelos de negocio: la metodología de osterwalder en la práctica. *Revista mba eafit. (N.P)*, 30-47

Maubert L. (19 de Enero de 2011). Aprovecha las oficinas virtuales. *Entrepreneur*. Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/article/263952>

Monar, R.C., y Quijano, P.E. (2015). *Oficinas virtuales y el teletrabajo como modalidad laboral para optimizar recursos en gestiones Administrativas en áreas de comercialización*. (Tesis de Maestria). Universidad Politecnica Salesiana. Ecuador.

Orfila, M. (2015). la era de la conectividad. *Crom*. Recuperdo de <http://www.cromo.com.uy/la-era-la-conectividad-n590234>

Ostenwalder, A., Pigneur, Y., y Tucci, C. (2005). Clarifying Business Models: Origins, Present, and Future of the Concept. *Communications of AIS, 15(1)*, 1-43.

Ricart, J. (2009). Modelo de negocio: el eslabón perdido de la dirección estratégica. *Universia business review, 1698 (5117)*, 12-25.

Shafera S.M., Smitha, H.J. y Linder, J.C. (2005). The power of business. *Business Horizons. (48)*, 199 — 207.

FORMACIÓN DEL JUICIO DE VALOR EN LA MEDICIÓN Y VALORACIÓN CONTABLE DESDE LA PERSPECTIVA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

FORMATION OF VALUE JUDGMENT IN ACCOUNTING MEASUREMENT AND VALUATION FROM THE
PERSPECTIVE OF SOCIAL RESPONSIBILITY

Artículo de Investigación

**Nelly Judith Guzmán Hernández²
Luis Manuel Zuñiga Pérez³**

Resumen

El presente escrito de revisión, de enfoque cualitativo, esboza la responsabilidad social que debe observar el Contador Público en el ejercicio de la elaboración de información financiera de la cual dependen decisiones del usuario. Dentro del método operativo contable, se sigue una metodología iniciando con la captación, la medición y posteriormente la valoración. La calidad en la ejecución del método depende de la capacidad y limitaciones propias del preparador de la información, refiriéndose al contador público, haciendo la salvedad que, aunque ejecuta el método, no es responsable de resultados de Estados financieros. No obstante la elaboración de los mismos requiere de la aplicación de las políticas contables establecidas por la organización, y del juicio profesional el cual para el contexto de este escrito pudiera tomar elementos de la NIA 200 referidos a la formación práctica, el conocimiento y la experiencia relevantes, específicamente el tema de la valoración, toda vez que los Marcos de Regulación contable en Colombia, requieren del uso simultaneo de dos bases de valoración: costo histórico y valor razonable en combinación con otras bases. Estos elementos están involucrados en la elaboración de información cuantitativa que acompañan la cualitativa como medio de comunicación para el usuario, quien a partir de esta información toma decisiones.

Palabras clave: Medición, Valoración, Juicio profesional, Información, Usuarios.

² Administradora Publica, Universidad de Cartagena, negus.26@hotmail.com, teléfono celular 3005190119

³ Administrador de Empresas, Docente Escuela Administrativa, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN luis_zuniga@cun.edu.co, teléfono celular 300 5398095

Abstract

This review document, with a qualitative approach, outlines the social responsibility that the Public Accountant must observe in the exercise of the preparation of financial information on which the user's decisions depend. Within the accounting operating method, a methodology is followed starting with acquisition, measurement and subsequent valuation. The quality of the method execution depends on the capacity and limitations of the preparer of the information, referring to the public accountant, making the exception that, although he executes the method, he is not responsible for the results of financial statements. Notwithstanding the elaboration of them requires the application of the accounting policies established by the organization, and the professional judgment which, in the context of this letter, could take elements of the NIA 200 concerning practical training, the relevant knowledge and experience, specifically the issue of valuation, since the Accounting Regulatory Frameworks in Colombia require the simultaneous use of two valuation bases: historical cost and fair value in combination with other bases. These elements are involved in the elaboration of quantitative information that accompany the qualitative as a means of communication for the user who from this information makes decisions.

Keywords: Measurement, Professional Judicial, Evaluation, Information, Users.

Introducción

Muchos son los argumentos que desde varias perspectivas intentan explicar el objeto de la contabilidad, el cual no es tan fácil de desentrañar.

Para Araujo (2007) la Contabilidad tiene por objeto de Estudio **los recursos**, y en este sentido, aquellos que hasta ahora se han señalado como tales, son los objetos de Conocimiento de dichos recursos referidos generalmente a la riqueza, el patrimonio, el control, la información, entre otros.

De acuerdo con Pinilla Monclus (1976) la contabilidad es la ciencia que estudia el proceso circulatorio de la renta y/o riqueza de una entidad. La realidad económica de una empresa se envuelve en sentido dinámico, dando origen a un proceso de renovación de la riqueza. Para este autor este proceso circulatorio de los recursos, son el objeto de la contabilidad, aunque no de manera aislada, pues hay que considerar su objeto material que se concreta a través de la entidad. Dicho proceso circulatorio de la renta tiene por objetivos la cuenta de resultados (determinación de la producción, ahorro y consumo), el comportamiento de la renta, análisis estructural y elaboración de presupuestos. La contabilidad debe servir como sistema informativo para concretar la evolución de la riqueza materializada en información contable. Respecto a la entidad el referido autor explica que la contabilidad aplica tanto a entes privados como

públicos. Es necesario hacer una clasificación de la contabilidad que entendida como conjunto de conocimientos no toleraría el término división.

En ese orden de ideas esta clasificación contiene los términos micro contabilidad y macro contabilidad, la primera referida a la contabilidad de la empresa y la segunda referida a la contabilidad nacional. La otra distinción se atribuye a la contabilidad financiera la cual es epicentro de la economía de la empresa (medios limitados), limitación a los recursos financieros disponibles. La importancia de contabilidad de costos se explica como la tenencia intrínseca la captación de todo el proceso económico de la entidad. Por último, dentro de la referid clasificación se incluye la contabilidad legal y jurídica la cual tiene por objeto desarrollar un sistema impositivo que satisfaga el recaudo y administración de los ingresos fiscales.

Para comprender el tema de la circulación de la riqueza se debe entender su origen (activo y pasivo) y estos forman parte del capital o riqueza de la entidad. El capital de acuerdo con Pirla, el capital es un conjunto de bienes producidos que son destinados por el hombre a la producción, como factor de producción.

Para el asunto central de este escrito, aunque es importante comprender el preámbulo sobre la temática referente al objeto de estudio de la contabilidad, se aludirá a algunos postulados derivados de este análisis y consagrados en el artículo escrito por el autor, que consiste en la explicación de la valoración como la transformación de un elemento real en un elemento monetario realizado por la multiplicación de un elemento real al multiplicador. (Asignación de importe monetario en función del modelo contable par su respectiva homogenización).

Es usual que como lo menciona Gracia (2012), “generalmente en contabilidad se tiende a relacionar los conceptos de medición y valoración sin más precisiones que las derivadas de la regulación”. Cuando se habla de regulación contable, hay que decir que es un proceso que cuenta con un conjunto de instituciones, organismos y formas de interrelaciones entre estos, que permite la identificación y emisión de normas para un determinado fin. De acuerdo con lo anterior la concepción de medir o asignar numerales posterior a la captación del hecho económico y después valorar, empleando un coeficiente que permita determinar un importe monetario para llevar al subrogado denominado balance, se hace en función de lo establecido por la regulación contable. Si dicha regulación contable tiene unos objetivos susceptibles de satisfacer por parte de los legisladores, los cuales se orientan a situaciones específicas y decisiones tomadas en función de los requerimientos de los proveedores del capital quienes imponen las condiciones, pone de manifiesto un espacio secundario al objeto de la contabilidad y un estatus superior a las

necesidades de información lo que conlleva a preparar información contable que involucra los procesos de captación, medición, valoración, agregación y representación, orientados hacia el cumplimiento de unos instructivos que indican el cómo y el cuándo. El conflicto entre la identificación del objeto de la contabilidad, se acentúa cuando se desconoce la esencia y misión de la contabilidad, que inicia desde su etapa primigenia, con un objetivo primordial que radica en el control de los recursos.

Cabe destacar que el hombre primitivo evidencia actividad contable a partir de los hallazgos arqueológicos, necesito de controlar la producción, cuando dependían de la adecuada gestión de las cosechas. Al pensar en regulación, debemos atender a la esencia misma de la regulación contable. Para el caso de Colombia, la regulación actualmente, depende de los entes de regulación: Ministerio de Hacienda y Crédito público, Ministerio de Industria Comercio y turismo, que atienden a requerimientos externos, privilegiando a usuarios que tienen como característica transversal la posesión y dominio del capital financiero en el mundo. En ese orden de ideas la regulación está diseñada actualmente, para satisfacer este selecto grupo de usuarios y esto es importante de comprender, debido a que la regulación dependerá de ciertas particularidades que perseguirán objetivos que distan de la esencia de la Contabilidad.

En este momento la regulación obedece a un sistema contable orientado hacia los hechos económicos presentados a través de la Contabilidad financiera y en ese sentido, las indicaciones o instrucciones para medir, reconocer, valorar y representar, están en cabeza de organismos particulares externos.

De acuerdo con gracia (2012), buena parte de las deficiencias teóricas de la contabilidad precisamente tienen como referencia la confusión existente entre teoría y aplicaciones. El proceso de la medición contable se enfoca más desde la escala nominal que permite clasificación de los objetos, tendiendo a minimizar el objeto de la contabilidad a un nivel meramente técnico formal, en el afán de dar cumplimiento precisamente a las leyes, decretos y cualquier forma normativa, antes que desarrollar el proceso de medición desde la perspectiva de la circulación de la riqueza y el control.

Este tipo de tendencias que se han observado a través de prácticas contables pudieran intentar explicar porque antes de la regulación actual, el sistema contable que prevalecía en la práctica estaba enfocado hacia la contabilidad tributaria que dista del sistema contable referido en los Principios de contabilidad Generalmente aceptados (PCGA) locales establecidos en el (Decreto 2649,1993).

No obstante, la regulación contable cobra verdadero sentido como medio de homogeneización para el establecimiento del control (Sunder, 1988). La homogeneización de criterios busca en cierta forma definir determinados procesos dentro de un marco de referencia. Las reflexiones anteriores de existir un adjetivo referente a los axiomas serían observaciones axiomáticas explicadas desde la costumbre.

Lo importante de los comentarios realizados en este escrito es reflexionar sobre lo distante que esa la regulación contable, (caso Colombia) del objeto de la contabilidad concretado en el desarrollo nominal de activos y deductivos encaminados a satisfacer requerimientos alusivos a la regulación u otra forma legal como es mencionaba anteriormente.

La medición es un tema complejo cuando se carece por ejemplo de una magnitud que se podría emplear para cuantificar hechos económicos o elementos implícitos en el mencionado hecho u objeto susceptible de medir.

Previo a la medición, como se mencionó anteriormente, existe un proceso de captación susceptible de representación pero que requiere del mencionado proceso de medición con anterioridad. Según Calafell a este conjunto de procesos, se le denomina método inductivo, y es una parte del método operativo integral. Este método inductivo posee una naturaleza científica, que lógicamente dista del nivel técnico formal. En este orden de ideas como menciona Gracia (2012), se debe optar por una comprensión teórica de los fenómenos a tratar, esto es, analizar en conjunto el hecho económico, identificar los elementos susceptibles de medición y valoración. La captación del hecho económico previa a esa comprensión teórica del escenario a la que se refiere el profesor Gracia (2012), es un punto que relevante desde el punto de vista de la mencionada naturaleza científica. Aquí hay que considerar el sujeto llamado a emitir juicios de valor: es decir quien está llamado a observar la realidad desde un plano para identificar dichos elementos. Este sujeto cognoscente posee unos conocimientos adquiridos, tomados de principios, reglas, teoría contable, postulados axiomas, y en general cualquier fuente de información, el cual será adicionado a la forma como perciba la información.

Si bien es cierto que existen unos lineamientos y parámetros, el primer estadio en la mente del sujeto llamado a emitir juicios, es su conciencia. Este tinte de subjetividad, no le resta validez alguna al carácter científico de la contabilidad, pero el análisis hecho en ese plano observable es la médula de los procesos posteriores a la captación, es decir, medición y valoración. En este esfuerzo por discriminar los objetos observados, se debe tener conocimiento sobre la definición de los elementos que se configuran en conjunto para la circulación de la riqueza, activos, pasivos, patrimonio, resultados.

En este sentido se consideran dos características del sujeto que se trasladarán al proceso contable, los cuales son capacidad y limitaciones del sujeto llamado a emitir juicios.

Aquí en este punto de identificación de los elementos, se debe considerar el componente dual, en el sentido de que la contabilidad emplea una serie de recursos como la mencionada dualidad que, sin ser partida doble, requiere de una comprensión amplia por parte del sujeto entonces el tema cobra un tinte

dentro de esa misma concepción científica. Establecer el origen y aplicación del recurso, la causa y el efecto etc., son un elemento adicional sumado al proceso que como se mencionaba, se considera método inductivo debido a que como se observa, parte de la percepción del hecho, que se requiere discriminar o identificar, pero no considerado como un todo, sino que se asocia en función de la dualidad a otro u otros.

El tema de la captación previo a la medición requiere de una fundamentación teórica que permita comprender los fenómenos a tratar de acuerdo a lo referido por Gracia (2012).

Existe lógicamente un proceso de naturaleza técnico formal, que ya requiere de procedimientos matemáticos, clasificación, representación y coordinación de los hechos en un estado sintético, destinado al usuario como herramienta válida para la toma de decisiones.

De esta manera la teoría indicará la ruta a la etapa técnico formal en el papel que le corresponde.

La razón por la cual aunque el propósito de este escrito es justificar la medición y valoración como el objeto de la contabilidad, no se puede considerar de manera aislada dichos procesos porque uno procede o depende del anterior. Son parte integral de un sistema que en conjunto determinan los agregados de riqueza en una organización en el ámbito micro y macrocontable.

Una de las formas de acercarse al concepto de medición, consiste en tener en cuenta el aspecto teleológico del proceso cuya concreción real son los números. Dicha concreción se materializa con la asignación de numerales a través del uso de escalas. De acuerdo con Montesinos (1978), en la medición se distinguen cuatro escalas para el efecto: nominal, ordinal, de intervalo y proporcional o de ratio. De acuerdo con Montesinos (1978), medir es establecer una correspondencia entre los fenómenos del mundo real y los elementos de un sistema de numeración es decir los números.

La primera escala se limita a efectos de distinción de objetos. Matemáticamente da lugar a grupos, esto se puede ejemplarizar a través de los planes de cuentas. Esta asignación de numerales coadyuva a la organización de los elementos y podría decirse que de una u otra forma es una manera de micro coordinación entre los subrogados de orden inferiores denominados cuenta.

La segunda escala permite la ordenación de fenómenos reales a partir de los números. Es así como podemos distinguir la ordenación de los acreedores según la exigencia de sus derechos o la ordenación de los clientes según las características contractuales de la transacción. Pero dentro del mismo balance, pudiéramos distinguir entre el pasivo corriente y no corriente, activo corriente y no corriente, a partir de dicha jerarquización ordinal, que proporciona elementos y formas para la concreción del objetivo que es la jerarquización de hechos de acuerdo con distintos criterios.

La tercera escala de acuerdo con Montesinos (1978) está establecida dentro de un conjunto ordenado, en el que se definen clases de elementos comprendidos entre dos extremos y construidas con referencia a una clase "cero". Ejemplo de la anterior escala puede ser la discriminación entre corto, mediano y largo plazo.

La cuarta escala permite establecer la proporción existente entre dos objetos determinados, a la cual se le asigna un determinado número de acuerdo con la proporción que guarda con el objeto que en palabras de Montesinos (1978) alude a la unidad. Para ejemplificar la anterior escala, se tienen diversos ejemplos como el cálculo del importe de una venta, (los elementos presentes que se relacionan en el ejemplo son el importe del futuro ingreso y el margen de rentabilidad atribuido al inventario. Operaciones de metraje, pesaje, cronometraje etc., también son un claro ejemplo de esta escala.

La medición de acuerdo con Montesinos (1978) es “establecer una correspondencia entre los fenómenos del mundo real y los elementos de un sistema de numeración”. Estos fenómenos del mundo real son los hechos que se perciben desde el plano de la observación que previo a un proceso de representación requieren del uso de numerales empleando la escala ordinal para efectos de clasificación, nominal para efectos de identificación del sujeto, intervalo para identificación temporal y grado de exigibilidad y proporcional para la atribución de algún tipo de magnitud o la determinación de un margen de rentabilidad, por ejemplo.

Hasta el momento se ha documentado algunos aspectos claves para entender el proceso de medición que está estrechamente relacionado con el de valoración entendida de acuerdo con Montesinos (1978), “como un tipo especial de medición, encaminada a expresar numéricamente la postura subjetiva de los individuos frente a determinados cursos de acción”. Esta subjetividad se pudiera explicar con el argumento descrito anteriormente cuando se abordó el tema de la captación. El sujeto cognoscente llamado a establecer valoraciones depende de sus capacidades y limitaciones para la emisión de juicios y la escogencia de los elementos técnicos apropiados para la materialización del objetivo que se concreta con la valoración; pero a la vez también se puede explicar desde la utilidad que pueda proporcionar a las partes relacionadas, individuos o grupos de interés.

Aquí se introduce el concepto de valor, que desde la perspectiva económica posee una proyección retrospectiva y retrospectiva en el ámbito temporal respecto a la información que pudiera producirse a futuro a partir del análisis de tendencias pasadas siendo el más importante el prospectivo. Desde el punto de vista de estas dos perspectivas, se da origen a una dualidad que se expresa en dos sentidos: sacrificio y

utilidad; lo que representa para un ente un sacrificio, resulta para la contraparte un beneficio. Sin embargo, este beneficio indirecto no es valorado por quien reconoce dicho beneficio.

La medición y valoración guardan una estrecha relación, debido a que previo a la medición sea esta directa o indirecta, independientemente de la escalas que se hayan empleado en función de la asignación de numerales para efecto de discriminación de clases, grado de exigibilidad de las obligaciones, intervalo o proporcional, el producto derivado de tal proceso es heterogéneo, suponiendo por ejemplo la determinación de cantidades empleadas en un proceso de producción, horas hombre, materia prima expresada en gramos, litros, metros y determinación en la cuantificación de tiempos de producción, determinación de mermas etc., todas estas mediciones que pueden eventualmente emplear una o más escalas de acuerdo con el objetivo del sujeto que mide, carece de un coeficiente de homogenización. La valoración permite homogenizar dichas cantidades a través de un importe monetario, concepción arraigada entre los economistas contadores para el uso consensuado de la valoración en términos monetarios.

Precisamente, en esto radica la problemática de la valoración evidenciada en la obtención de una medida monetaria de la circulación de la riqueza desarrollada con una escala proporcional y sobre esta premisa se consideran distintas bases de referencia, pero todas ellas monetarias.

Medir en términos no monetarios dicha utilidad o sacrificio mencionado anteriormente reportado por un individuo o determinado para un objeto lo cual requiere de elaboraciones de juicio de valor en cabeza del sujeto llevado a valorar. Dicho proceso persigue la caracterización del mundo real por medio de un conjunto de símbolos llamados números. En este sentido, la valoración es subjetiva pues se construye al interior del sujeto quien debe tener un grado de experiencia y conocimientos para ejecutar el referido proceso de homogenización. La búsqueda de un subrogado objetivo de valor como lo describe Montesinos (1978) que permita a los contadores emplear una medida objetiva de valor, es el problema para resolver a nivel de valoración.

Es la objetividad una preocupación conjunta de los contadores y desde esta perspectiva se ha optado por tomar bases distantes de valoración objetiva.

Actualmente la forma de valoración más común es la asignación de importe monetario por lo cual se alude al precio. El proceso de formación del precio o importe monetario para la cual dos personas están dispuestas a efectuar un intercambio, el valor representa para dichos sujetos.

En Contabilidad, nos encontramos enfrentados a la confusión de valor y precio, esto se puede atribuir también al enfoque de la teoría neoclásica de valor. En este sentido la determinación del precio resulta también subjetiva.

Sin embargo, Vicente Montesinos (1978), propone la obtención de una valoración subjetiva cuando:

- a) Cuando no existe un mercado suficientemente amplio para fijar un precio independiente

Al objeto en cuestión, la base evidencia sólo existe cuando se ha logrado un acuerdo sobre su precio.

- b) Por el contrario, cuando se dispone de un mercado de compra-venta del objeto, entonces la base de referencia objetiva está constituida por los precios a los cuales se llevan a cabo los intercambios, independientemente de que el sujeto interesado en valorar efectúe o no transacciones sobre el objeto considerado.

La contabilidad se caracteriza por proporcionar información cualitativa y cuantitativa. Son entonces la medición y la valoración son fundamentales para materializar dicho propósito. Existen concepciones erradas al pensar que la concreción de la valoración se manifiesta a través del uso de un coeficiente monetario.

La valoración puede tomar otro subrogado que le permita a la contabilidad el objetivo de la valoración objetiva de acuerdo con lo comentado por Vicente Montesinos. La contabilidad es también un potente elemento de control, pero desde cualquier perspectiva y específicamente la controlista es necesario cuantificar el hecho posterior a la medición.

La búsqueda de la objetividad en el proceso de la valoración puede ser una propuesta para una línea de investigación en contabilidad y no solo la objetividad como acercamiento a la realidad del hecho, también hay mucho campo por explorar y de hecho existen actualmente investigaciones que se centran en la búsqueda de unidad de valor ambiental, económico, y social, precisamente por la identificación de carencias o vacíos dentro de la doctrina o evolución contable que propician este tipo de estudios. Existe todo un campo de estudio y actividades como esta despiertan la reflexión sobre nuestro compromiso con la contabilidad en cuanto a los aportes que se pudieran tributar a través de la investigación.

La responsabilidad social es la gestión ética, transparente y legal por parte de las empresas u organizaciones con el fin de disminuir los impactos negativos del medio ambiente y la sociedad. Actualmente, las empresas poseen una postura responsable en torno al impacto de las actividades que desempeñan, es por ello, que las empresas trabajan en favor del Desarrollo Sostenible para alcanzar el equilibrio entre el crecimiento económico, bienestar social y aprovechamiento de los recursos existentes.

El impacto social pudiera establecer un intento de medición a partir por ejemplo de estimación de provisiones, que tienen unos lineamientos específicos a nivel de regulación contable. Este tipo de estimaciones sugieren una línea de investigación en contabilidad toda vez que se carece de estudios concretos y regulados sobre por ejemplo unidades de valor ambientales que estimen una provisión con miras al resarcimiento del medio ambiente, por ejemplo.

Esa misma responsabilidad social es tan antigua que en el aspecto económico tuvo su arraigo en el periodo empírico de la evolución de la contabilidad, porque increíblemente, aunque se carecía de escritura y números, se contaba con un sistema contable a través de dispositivos contadores los cuales daban cuenta y razón del “propietario de los recursos para con terceros”.

Cobra tal importancia la contabilidad, que de la información registrada en tiempos prehistóricos dependía la supervivencia de las comunidades organizadas que vivían del auto consumo.

Actualmente, esa responsabilidad en la elaboración de información financiera es responsable de decisiones económicas, financiera, establecimiento de políticas públicas y sostenimiento del medio ambiente

Conclusiones y recomendaciones

La responsabilidad social es la gestión ética, transparente y legal por parte de las empresas u organizaciones con el fin de disminuir los impactos negativos del medio ambiente y la sociedad. Actualmente, las empresas poseen una postura responsable en torno al impacto de las actividades que desempeñan, es por ello, que las empresas trabajan en favor del Desarrollo Sostenible para alcanzar el equilibrio entre el crecimiento económico, bienestar social y aprovechamiento de los recursos existentes.

El impacto social pudiera establecer un intento de medición a partir por ejemplo de estimación de provisiones, que tienen unos lineamientos específicos a nivel de regulación contable. Este tipo de estimaciones sugieren una línea de investigación en contabilidad toda vez que se carece de estudios concretos y regulados sobre por ejemplo unidades de valor ambientales que estimen una provisión con miras al resarcimiento del medio ambiente, por ejemplo.

Esa misma responsabilidad social es tan antigua que en el aspecto económico tuvo su arraigo en el periodo empírico de la evolución de la contabilidad, porque increíblemente, aunque se carecía de escritura y números, se contaba con un sistema contable a través de dispositivos contadores los cuales daban cuenta y razón del “propietario de los recursos para con terceros”.

Cobra tal importancia la contabilidad, que de la información registrada en tiempos prehistóricos dependía la supervivencia de las comunidades organizadas que vivían del auto consumo.

Actualmente, esa responsabilidad en la elaboración de información financiera es responsable de decisiones económicas, financiera, establecimiento de políticas públicas y sostenimiento del medio ambiente.

Referencias Bibliograficas

Aguilera, F. y Alcántara, V. (1994). De la economía ambiental a la economía ecológica. Barcelona: editorial ICARIA.

Álvarez, H. y Gómez, M. (2008). Adopción de la normativa contable internacional: ¿es el camino correcto? Análisis del Proyecto de Ley 165 del 2007. Revista Internacional de Contabilidad y Auditoría, 35.

Belkoui, A. (1992). Accounting Theory.

Cannan, E. (s.f.). Repaso a la Teoría Económica. México: FCE.

Comité Colombia de lucha contra el ALCA. (2003). Bogotá.

Consuegra, J. (2001). Apuntes de Economía política. Bogotá: editorial Grijalbo.

Dobb, M. (s.f.). Introducción a la Economía. México: FCE.

Eckelund, R. y Hébert, R. (1992). Historia de la Teoría Económica y su método. Madrid: Mc Graw Hill.

Gracia, Edgar (2012) el problema de la medición en contabilidad

Mattessich, R. (2002). Contabilidad y Métodos Analíticos. Buenos Aires: La Ley.

Montecinos V. (1978) La Contabilidad como sistema de medición de las Ciencias Económicas. Revista Española de Financiación y Contabilidad.

Pineda, A. (1997). El trabajo como patrón de medida del valor. Documento interno. Grupo de investigación en Cuentas Regionales. Facultad de Contaduría, Universidad del Quindío. Armenia, Colombia.

Pinilla Monclus, (1976) Nueva fundamentación axiomática de la Contabilidad, Revista Española de Fundamentación y Contabilidad.

Rodríguez, L. (1990). La Agregación en Contabilidad. Madrid: ICAC, MEH. Ricardo, D. (1955). Economía política y tributación. Editorial Aguilar

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN PYME PRESTADORAS DE SALUD DE CARTAGENA

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN SMEs PROVIDING HEALTH CARTAGENA

Artículo de Investigación

Cantillo Orozco Ana S⁴

Bernal Payares Omaira⁵

Resumen

La responsabilidad social empresarial desde tiempos atrás ha interesado a la sociedad en general, pues constituye un punto fundamental en la preservación de la misma. De ahí, que, en las organizaciones actuales, se requieran tener claridad del concepto, para la utilización de los instrumentos dentro de su organización. Este estudio, se centró en razonar sobre las prácticas de Responsabilidad Social en Pyme de Salud de Cartagena y su contribución desde la sostenibilidad. Se utilizó una metodología descriptiva, no experimental, de campo. Los resultados revelan que la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en las instituciones prestadoras del servicio de Salud contribuye al cumplimiento de la normatividad legal, no obstante, se concluye que la conformación del sistema de salud a nivel nacional, instiga la generación de inequidad al acceso del mismo, deficiencia en la calidad del servicio y optimización de recursos.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial, sector salud, Instituciones prestadoras de servicio de salud – IPS

ABSTRACT

Corporate social responsibility has long interested society in general, since it constitutes a fundamental point in the preservation of society. Hence, in today's organizations, clarity of concept is required for the use of instruments within their organization. This study focused on reasoning about the practices of Social Responsibility in Health SMEs of Cartagena and its contribution from sustainability. A descriptive, non-experimental, field methodology was used. The results reveal that the implementation of Corporate Social Responsibility practices in the institutions providing the Health service contributes to compliance with legal regulations, however, it is concluded that the formation of the health system at the national level instigates the generation of inequality in the access of the same, deficiency in the quality of the service and optimization of resources.

Key words: Corporate social responsibility, health sector, Institutions providing health service –IPS

⁴ Docente e Investigadora del Instituto de Estudios para el Desarrollo (IDE) de la Universidad Tecnológica de Bolívar. Categoría “A” Colciencias (Colombia) ascantillo@utb.edu.co, anasucantillo@hotmail.com +57 316 75 79114

⁵ Docente investigadora del Programa de Administración de Empresas, Corporación Universitaria Rafael Núñez. Líder del Grupo de Investigación Cartaciencia. Categoría “B” Colciencias (Colombia). Omaira.bernal@curnvirtual.edu.co +57 315 705 1157

Introducción

La responsabilidad social empresarial desde tiempos atrás ha interesado a la sociedad en general, pues constituye un punto fundamental en la preservación de la sociedad. De ahí, que, en las organizaciones actuales, se requieran tener claridad del concepto, para la utilización de los instrumentos dentro de su organización. Así pues, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) engloba una serie de acciones estratégicas que parten de la articulación de las actuaciones económicas de las empresas con el compromiso responsable y ético hacia la sociedad (Cardona & Hernández, 2011) siendo un componente para la dinamica de articulación de desarrollo y evolución de una orrganización.

En esta perspectiva, Duran, Fuenmayor, Cárdenas y Hernández (2016), sostienen que las organizaciones, incorporando al proceso de planificación objetivos socioeconómicos que integren a grupos de interés internos y externos (stakeholders), asumen cierto grado de responsabilidad social.

Asumir la responsabilidad social, en el sector salud plantea nuevos retos en los lideres , además de las partes interesadas, donde deberán prevalecer mecanismos legítimos, accesibles, predecibles, equitativos, compatibles con los derechos, claros y transparentes, basados en el diálogo y la mediación (ISO, 2010);(Acosta, Cruz, Salanova y Llorens, 2015); (Ocampo, Vargas y Suarez, 2016); (Melé, 2007), como parte integral de las prácticas de responsabilidad social esto influye en el incremento de la competitividad de las pymes dentro del enfoque social.

Para la Ley 100 de 1993 “Las Instituciones Prestadoras de Servicios de salud (IPS) son entidades oficiales, mixtas, privadas, comunitarias y solidarias, organizadas para la prestación de los servicios de salud a los afiliados del Sistema General de Seguridad Social en Salud” Cantillo (2008), por su parte afirma que las IPS, como cualquier otro tipo de organizaciones, deben ser conscientes de que el futuro ya no es la prolongación inicial del presente; por esta razón, es determinante para su éxito anticiparse al impacto de las fuerzas que interactúan en su entorno, creando e innovando sus propios instrumentos de gestión e implantando estrategias que les permitan asegurar los resultados que se han propuesto alcanzar institucionalmente. De allí que, estas organizaciones implementan el modelo de Responsabilidad social para lograr la competitividad estratégica y la sostenibilidad de sus recursos.

El trabajo se orientó a examinar los aspectos internos condicionantes en el modelo de responsabilidad social de las IPS, como: la cultura organizacional para determinar las debilidades y fortalezas de las IPS categorizadas en el grupo Pyme de igual forma el informe de sostenibilidad GRI así como aspectos del sector salud.

Desarrollo

Evolución de la responsabilidad social

Existen muchas definiciones, alcances y formas de introducir la Responsabilidad Social (RS), para el Hospital Universitarios San Vicente de Paúl (2008) sintetiza el concepto como la conciencia que toman las organizaciones acerca de su quehacer dentro de la sociedad. Por su parte, Casado (2006, pág. 48), la relaciona con la evolución

industrial, relacionándola desde que las personas dejaron a un lado los trabajos manuales, y comenzaron a crear máquinas para simplificar los quehaceres complejos, es decir el proceso de industrialización, desde ahí el medio ambiente comenzó a tener muchos cambios desfavorables debido a las grandes cantidades de residuos que generaba la industria, por lo que tomaron consciencia de la situación y se percataron de su impacto sobre el medio ambiente.

Se destaca, en opinión de García, (2012, pág. 48), que personajes como Robert Owen, que trabajó como ayudante de un fabricante de paños textiles, y que años más tarde “1820” creó una importante industria en New Lanark, fue quien “Introdujo diversidad de medidas de bienestar, que comprendían la sanidad pública y la educación, erradicando el trabajo infantil y las condiciones laborales más penosas” Hasta este momento no se conoce este concepto de responsabilidad social empresarial como tal, sino que lo hacían más como un acto de caridad.

Por tanto, el concepto de responsabilidad social surge entre los años 50-60 en Estados Unidos:

(...) En donde se desarrolló el pensamiento sobre la RSE, pasándose de un principio de caridad (acciones filantrópicas liberadas por empresarios sensibles) a un principio de administración en el que las acciones sociales son integradas en la estrategia de empresa al considerarse que esta era responsable de la administración de recursos públicos que efectuaban a distintos miembros de la sociedad (...) ((García, 2012, p. 49)

En la década de los años 70, la RSE trasciende como parte de la gestión empresarial, considerando, que las utilidades no es la única finalidad de la acción empresarial, se despierta un interés enfocado al servicio y bienestar social, Muñoz, (2013), sugiere que este planteamiento surge de modo que para la década de los años 80 se habla de un contexto socialmente responsable y un direccionamiento estratégico por medio de la teoría de los Stakeholders o grupo de interés que rodean a la organización en su devenir comercial.

Por otro lado, en Europa en los años 90, es cuando comienza a adquirir la relevancia que se merece, se empieza a discurrir la responsabilidad social y medioambiental de las empresas, pero ligada a unas responsabilidades mínimas legales y a actuaciones filantrópicas. En este sentido, Lee, (2008), manifiesta que en este aspecto se comienza a hablar de la relación estrecha entre la RSC y los resultados financieros y a considerar que las empresas pueden obtener mejores resultados económicos por ser y hacer el bien.

Aunado a ello, la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) surge en un contexto en que la globalización de las compañías implica un mayor efecto de sus decisiones en los grupos de interés (stakeholders). De allí que el posicionamiento global de la responsabilidad social inició desde el siglo XX con el concepto que publicó la Unión Europea, en el Libro verde (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001), la definición de RSE: “Integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones

comerciales y las relaciones con los interlocutores” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, p. 7); en ésta se estableció, además, el desarrollo de políticas públicas que deben seguir las organizaciones para cumplir con el objetivo de la RSE. Martínez (2010)

Sin embargo, no hay un concepto unívoco como bien lo señalan autores como Barañano, (2009); Ocampo, Vargas y Suarez (2016), con la definición más reciente que interpreta la RSE como “la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad”; en ella se establece que la responsabilidad social pretende como objetivos “maximizar la creación de valor compartido para sus propietarios/ accionistas y para las demás partes interesadas y la sociedad en sentido amplio; identificar, prevenir y atenuar sus posibles consecuencias adversas” esbozado por la Comisión Europea, (2011, p.7).

Por consiguiente, la creación de valor está relacionada con la Seguridad Social porque el servicio que desarrollan las instituciones prestadoras del servicio de salud está encaminado al goce de la calidad de vida de las personas y de la sociedad en general para proporcionar la cobertura integral de las contingencias.

A partir de allí, las consecuencias adversas buscan en este sentido brindar la cobertura para la atención en salud independiente de la capacidad económica de las personas con el fin de lograr el bienestar individual y la integración de la comunidad. Sin embargo el enfoque holístico de la Responsabilidad Social empresarial, ha sido desarrollado por teorías científicas que han permitido consolidarla para caracterizar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y determinar su influencia en el comportamiento y desarrollo empresarial al ser aplicada (Carroll, 1991, Garriga & Melé, 2004; Porter & Kramer, 2002; McWilliams, Siegel, & Wright, 2006; Joyner & Payne, 2002; Van Marrewijk, 2003; Lantos, 2001; Watson & MacKay, 2003; Wood, 1991; Rivera Rodríguez & Malaver Rojas, 2011).

Los modelos de RSE en las empresas del sector salud están comprendidos por los valores necesarios para desarrollar conciencia social, lo que Cortina, (2011) vincula con las actividades pertinentes para la contribución socioeconómica y ambiental por parte de las empresas; partiendo que la ética debe estar inmersa en la filosofía de las organizaciones y la filosofía da paso a un sistema.

Dentro de la ley 100, se enaltecen elementos como: universalidad, solidaridad, igualdad, obligatoriedad, prevalencia de derechos, enfoque diferencial, equidad, calidad, eficiencia, participación social, progresividad, libre escogencia, sostenibilidad, transparencia, descentralización, complementariedad, corresponsabilidad, irrenunciabilidad, intersectorialidad, prevención y continuación que protegen el entorno que sustentan la vida en el planeta, la calidad de vida de los stakeholders, las familias y la comunidad en general.

De acuerdo a lo planteado, las instituciones prestadoras de salud son socialmente comprometidas cuando las actividades que realizan se van dirigidas a la satisfacción de las necesidades, intereses de sus miembros, el

cuidado, la preservación del entorno con el propósito de que sirvan al bien común y maximizar el retorno económico para sus asociados.

Es importante, referenciar que para, Ocampo et al. (2016), responsabilidad social está enmarcado por la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible –ODS– (Naciones Unidas, 2015) oportunidad para que las organizaciones se proyecten hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental. Este nuevo contexto guarda relación con la RSE (ISO, 2016).

Asimismo, se recalca que los ODS (ONU, 2015) con el capítulo 6 (ISO, 2010), se encuentran lineamientos fundamentos RSE”, evidencia que ambos documentos comparten el objetivo de desarrollo sostenible y reconocen las dimensiones económicas, sociales y ambientales, y su interdependencia con el elemento humano especializado y respaldado por un conjunto de estándares que se requieren para el cuidado básico y la atención especializada.

En el territorio colombiano, la salud es un derecho consagrado en el Constitución de 1991, normado por las leyes 100 de 1993, 1122 de 2007 y 1438 de 2011 y demás decretos y normas reglamentarias, que propenden el mejoramiento en la prestación de los servicios de salud, buscando llegar a todos los usuarios con calidad y equidad. Es así, que Bermúdez, Santamaría, Nino, Quintero, Malaver y Rivera, (2011), plantean que la atención en salud debe ser acción coordinada del Estado, las instituciones y la sociedad para el mejoramiento de la salud y la creación de un ambiente sano y saludable, que brinde servicios de mayor calidad, incluyente y equitativo.

Con relación a la IPS, en el concepto 201742302282172 del Ministerio en Salud y por la Corte Constitucional, en la Sentencia C-064 de 2008, quedo expuesta su definición:

“(…) Las Instituciones Prestadoras de Salud son entidades oficiales, mixtas, privadas, comunitarias y solidarias, organizadas para la prestación de los servicios de salud a los afiliados del Sistema General de Seguridad Social en Salud, dentro de las Entidades Promotoras de Salud o fuera de ellas. Son entidades organizadas para la prestación de los servicios de salud, que tienen como principios básicos la calidad y la eficiencia, cuentan con autonomía administrativa, técnica y financiera, y deben propender por la libre concurrencia de sus acciones. (...).

No obstante, las IPS son un eslabón fundamental para el funcionamiento del sistema de salud, pues en ellas se concentra la responsabilidad de la recuperación de la salud y la prevención de la enfermedad. Son un eslabón entre las Entidades Prestadoras de Servicios de Salud (EPS), el Ministerio y Secretarías Departamentales y Municipales. En este contexto, las IPS siempre serán las responsables de la atención básica y especializada del paciente y el modelo de Responsabilidad Social Empresarial, se enmarca en los siguientes aspectos: (1) Económico: Empresas y unidades de negocio sostenibles económicamente. (2) Ambiental: Generación de conciencia respecto a los problemas ambientales actuales y potenciales, y participación activa en la búsqueda de soluciones. (3) Social:

Se centra en las personas y su bienestar como objetivo superior, siendo así una gran alternativa para el desarrollo de sus grupos de interés. Morales y Galeano (2013).

Herramienta de sostenibilidad: GRI GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

El Global Reporting Initiative (GRI) , como base para medir la contribución positiva que las empresas y otras organizaciones pueden hacer a través de mejores prácticas, para asegurar un futuro sostenible para todos, está dentro de las orientaciones de la Norma ISO 26000 (2010), en materia de Responsabilidad Social para la medir la gestión de los procesos económico, ambiental y social frente a las partes interesadas internas y externas, como empleados, comunidades locales, inversionistas y entes reguladores.

El Global Reporting Initiative (GRI) aporta una guía para su implementación, aplicación e interpretación para dar a conocer el desempeño económico social y ambiental de las empresas. De ahí que, sea una herramienta de gestión para optimizar la calidad, rigor y utilidad de los reportes de sustentabilidad para logren un nivel similar al de reportes financieros.

Según la Iniciativa de información Global y pacto Mundial de las Naciones Unidas (2013) afirma que el GRI:

Brinda a las organizaciones un conjunto de Principios de elaboración de memorias y Contenidos básicos generales sobre estrategia, perfil, gobierno, participación de grupos de interés, ética e integridad, y un enfoque de administración e indicadores para elaborar memorias de los impactos y el desempeño de la sostenibilidad. (p., 4)

Estas iniciativas promueven una concepción e instrumentalización de la visión de la responsabilidad social que, antes de ser simplemente empresarial, es corporativa y financierizada (GUTTMANN, 2009) para aportar a la competitividad, el bienestar de la sociedad, y la mejora continua, a partir de factores económicos, sociales y ambientales que generan valor agregado a las organizaciones del sector salud.

Metodología

La presente investigación al buscar describir las percepciones de un grupo de colaboradores frente a la responsabilidad social relacionándolo , se considera de tipo descriptivo, pues como lo afirma Dankhe (1986) citado por Hernández, Fernández, & Baptista (1991, pág. 77), este tipo de estudio “busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”, asimismo Arias (2012) reseña que la investigación descriptiva describe un hecho, fenómeno, individuo o grupo, para formar la estructura y actuación de PYMES del sector salud.

Resultados y discusión

RSE –Aspecto Económico.

Se analizaron los datos proporcionados de la cámara de comercio de Cartagena, para ello se agruparon las IPS, a partir del tamaño de ellas tomando como base sus activos y los niveles de las IPS según su nivel de atención que va asociado al grado de complejidad en atención.

En el marco del Sistema General de Seguridad Social en Salud -SGSS, en el capítulo XIII del libro II del manual de procedimientos contables, las IPS deben garantizar su subsistencia , para lo cual se requiere la facturación de los servicios de la salud, en las Pymes Medianas estudiadas la modalidad de contrato imperante es “Contrato por Eventos “ donde la IPS factura los servicios prestados a los usuarios de acuerdo a los términos contractuales , y la entidad contratante asume el pago de dicha prestación.

En efecto, el tema de facturación hospitalaria, auditoria medica de cuentas y recuperación de cartera es una problemática latente en los procesos administrativos, cuyo foco central es el desconocimiento de la normatividad, manuales tarifarios, las particularidades de la contratación entre otras causas.

De igual manera, este grupo de PYME mediano del sector salud, subsisten con el fenómeno particular del sector conocido como “glosas” que de acuerdo al anexo técnico No 6 de la Resolución 3047 de 2008 modificada por la resolución 416 de 2009 , la glosa es una no conformidad que afecta en forma parcial o total el valor de la factura por prestación de servicios de salud, encontrada por la entidad responsable del pago durante la revisión integral, que requiere ser resuelta por parte del prestador de servicios de salud.

RSE –Aspecto Ambiental.

La responsabilidad con el medio ambiente es un compromiso conjunto e indelegable de todas las personas de una organización. En este contexto, la dimensión ambiental orientada a resolver, mitigar y/o prevenir los problemas de carácter ambiental relacionados con el impacto que causan los procesos, productos y servicios de la organización en el aire, el agua, la tierra, la biodiversidad y la salud humana (Hospital Universitario San Vicente de Paúl,2008, p.321).

En este orden de ideas, en las PYMES del sector salud clasificadas como hospitales o clínicas se presentan residuos que afectan el medio ambiente, clasificándose estos en: Residuos no Peligrosos (biodegradables, reciclables, inertes y ordinarios comunes), los residuos peligrosos (infecciosos o de riesgos biológicos, químicos y radiactivos). Con respecto al sistema de gestión ambiental algunas de las Pymes medianas estudiadas tienen manual de gestión ambiental y registro de la gestión ambiental.

RSE –Aspecto Social.

La dimensión social es la relación de la IPS con la sociedad: estado, usuarios, comunidad, colaboradores, representantes de la organización. Es fundamental entender que las IPS son instituciones más autónomas, que

laboran en grupos de trabajo autorregulados, con especialistas que aportan al objetivo común. En razón a ello, requieren un gran personal de apoyo que los respalde, en los diferentes procedimientos asistenciales que de una u otra forma tienen cierto grado de estandarización definida por los protocolos para la atención a los usuarios en situación de riesgo de la salud o para la promoción de la misma.

En la estructura burocrática de las instituciones de salud se destacan cuatro niveles:

- A. Burocracia Profesional (Médicos – Enfermeras)
- B. Personal asistencial
- C. Personal directivo
- D. Personal de soporte

Conclusiones y recomendaciones

La RS genera beneficios tanto para las IPS como para la sociedad en general. Al respecto los grupos de interés se benefician con unos procesos sistemáticos generados por la organización para el cumplimiento de sus compromisos.

En este sentido, las IPS, presentan ciertas deficiencias en infraestructura, equipos médicos científicos y hotelería, pero atribuido al no pago oportuno de las EPS y demás empresas, lo que contribuye a las falencias que se presentan en la prestación de sus servicios para los distintos usuarios, sean de los Regímenes Contributivos, Subsidiados u otro, además, las Pymes de Salud IPS deben optimizar su estructura de costos, lo cual es una tarea ardua en la cual debe participar personal idóneo.

También se evidenció que las definiciones de RSE de las IPS coinciden con las categorías de social, partes interesadas, económicas y ambientales. Manifiesto que en las IPS la RSE hace parte de la gestión organizacional, siendo transversal para toda la organización. Finalmente, las organizaciones empresariales y no empresariales, las de salud objeto de este estudio son consciente de la importancia de la salud individual, social y ambiental, como requisito para el disfrute del derecho a la vida y están socialmente comprometidas cuando las actividades que realizan se van dirigidas a la satisfacción de las necesidades, intereses de sus miembros, el cuidado, la preservación del entorno con el propósito de que sirvan al bien común y maximizar el retorno económico para sus asociados.

Referencias Bibliográficas

- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación* (Sexta ed.). Caracas: Episteme.
- Cantillo Orozco, A. S. (2008). Gestión Estratégica en las IPS privadas de la ciudad de Cartagena. *Gestión Estratégica en las IPS privadas de la ciudad de Cartagena*. Bogotá, Bogotá, Colombia.
- Cardona , D., & Hernández Cobos, J. (2011). La Reponsabilidad Social Empresarial desde la Perspectiva de los gerentes de los Hoteles PYMES de la ciudad de Cartagena. *SABER CIENCIA y Libertad*, 91-103.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business and Society*, 38(3), 268-295.
- Casado, C. F. (2006). La RSE ante el espejo: carencia, complejos y expectativas de la empresa responsable en el siglo XXI. Prensas universitarias de Zaragoza.
- Circular Externa 018 de 2015, Superintendencia Nacional de Salud.
- Comisión Europea (2001), Libro Verde, Dykinson 2006, Madrid, España.
- Concepto 201742302282172 del 23 de Noviembre de 2017. Ministerio en Salud y Protección Social.
- Constitución Política de Colombia (2018). Legis Editores S.A., edición 39, Bogotá, Colombia.
- Cortina, A. (2000). *Ética Mínima: Introducción a la Filosofía Práctica* (6° Ed). España: Tecnos, s.a.
- Duran, S. Fuenmayor, A. Cárdenas, S. & Hernández, R. (2016). EMPRENDIMIENTO COMO PROCESO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN COLOMBIA Y VENEZUELA. *DESARROLLO GERENCIAL*, 8(2), 58-75. [http: // revistas .unisimon .edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/256](http://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/256)
- Garcia, F. (2012). Responsabilidad Social Corporativa: Teoria y Practica. En F. N. Garcia, Responsabilidad Social Corporativa: Teoria y Practica (pág. 48). Madrid: ESIC.
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1/2), 51-71.
- GRI. (2013). haciendo la conexión: usando la version G4 de la guia de la GRI para comunicar progreso en los principios del pacto Mundial de las Naciones Unidas. Global Compact.
- Guttmann, R. (2009). Una introduccion al capitalismo conducido por las finanzas. *Revista Ola Financiera*, 2,20-59.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1991). *Metodología de la investigación* (Primera ed.). McGraw-Hill Interamericana.

Hospital Universitarios San Vicente de Paúl. (2008). *Hospital & Empresa*. Medellín, Antioquia : Fundación Hospitalaria San Vicente de Paúl. Recuperado el 2020

ISO. (2010). Norma Internacional ISO 26000. Ginebra: Secretaria Central de ISO.

Joyner, B. E., & Payne, D. (2002). Evolution and implementation: a study of values, business ethics. *Journal of Business Ethics*, 41(4), 297-311.

Lantos, G. P. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *Journal of Consumer Marketing*, 18(7), 595-630.

Lee, M. P. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: its evolutionary path and the ahead. *International Journal of Management Reviews*,.

Ley 100. (23 de diciembre de 1993). Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones. *Diario Oficial* n.º 41.148. Recuperado de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0100_1993.html.

Ley 1127. (9 de enero de 2007). Por la cual se modifica el Sistema General de Seguridad Social en Salud y se dictan otras disposiciones. *Diario Oficial* n.º 46.506.

Ley 1438. (19 de enero de 2011). Por la cual se modifica el Sistema General de Seguridad Social en Salud y se dictan otras disposiciones. *Diario Oficial* No. 47957.

McWilliams, A., Siegel, D. S., & Wright, P. M. (2006). Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. *Journal of Management Studies*, 43(1), 1-18.

SALARIOS, EMPLEO, DEMANDA Y PRODUCCIÓN: ENFOQUES ANTAGÓNICOS EN LA TEORÍA ECONÓMICA

WAGES, EMPLOYMENT, DEMAND AND PRODUCTION: ANTAGONISTIC APPROACHES IN ECONOMIC
THEORY

Artículo de Revisión

Aníbal Enrique Toscano Hernández⁶

Leonardo José Agámez Polo⁷

Estrella del Carmen Camacho Alvis⁸

Resumen

La economía es una ciencia social que tiene como propósito estudiar la forma de administrar los recursos a fin de satisfacer las necesidades humanas en un entorno social cada día más complejo. Este artículo, de enfoque cualitativo, busca analizar la correlación del salario mínimo real y el consumo de los hogares en Colombia desde el ámbito económico, realizando un análisis de los argumentos expuestos por las corrientes de pensamiento económico neoclásico y poskeynesiano que permite proponer un esquema lógico basado en el modelo kaleckiano ajustado al contexto específico colombiano.

Palabras Clave: Salarios, Empleo, Demanda, Producción, Economía

Abstract:

Economics is a social science with the purpose of studying the way to manage the resources that allow satisfying human needs in an increasingly complex social environment. This article, from an economic perspective, intends to analyze the correlation of real wage and the consumption of households in Colombia, performing an analysis of the arguments presented by the current post-Keynesian neo-classical economic thought it possible to propose a logical framework based on the model that fits Kaleckian the Colombian context specific.

Keywords: *Wages, Employment, Demand, Production, Economy.*

⁶ Economista, MBA y PhD (c) en Economía y Empresa, Docente de la Universidad del Sinú sede Montería. Correo Electrónico: anibaltoscano@unisinu.edu.co

⁷ Magíster en Ingeniería Administrativa, Especialista en Gerencia de Proyectos de Ingeniería, Profesional en Ingeniería de Sistemas, Docente de la Universidad del Sinú sede Montería.

Correo Electrónico: leonardoagamez@unisinu.edu.co

⁸ Magíster en Finanzas, profesional en Economía. Docente de la Universidad del Sinú sede Montería. Correo Electrónico: estrellacamacho@unisinu.edu.co

Introducción

El estudio del consumo de los hogares resulta relevante dentro del análisis económico al constituir un importante componente de la demanda interna; y aunque no es el indicador más idóneo, su utilidad resulta práctica al permitir apreciar el nivel de bienestar de los hogares al brindar información sobre la capacidad que tienen las familias de satisfacer sus necesidades por medio de su poder de compra.

Teniendo en cuenta que la evolución de los ingresos laborales afecta de manera directa la capacidad adquisitiva de los hogares y sabiendo que el salario mínimo real es un importante componente de los ingresos laborales, resulta imperativo identificar si el salario mínimo real afecta positiva o negativamente la evolución del consumo de los hogares y los niveles de producción, lo cual permitiría poner a disposición conjeturas o estimativos acerca de las implicaciones que tienen las distintas políticas del salario mínimo en la economía.

Dentro de la teoría económica, la incidencia del salario mínimo real en el consumo de los hogares se encuentra abarcada principalmente por el análisis de dos importantes corrientes de pensamiento económico que exponen argumentos contradictorios alrededor del tema y han cimentado diversas investigaciones desarrolladas alrededor de las implicaciones del salario mínimo real en el comportamiento económico: las teorías neoclásica y poskeynesiana. De esta forma, los resultados expuestos por los trabajos investigativos y la literatura económica exhiben la falta de consenso en la identificación de los determinantes del consumo de los hogares y los posibles efectos del salario mínimo real en el empleo, consumo privado, distribución de la renta, nivel de producción y crecimiento económico.

Este artículo busca dar una visión general desde el punto de vista teórico considerando la incidencia de variaciones en el salario mínimo real sobre el consumo de los hogares y la producción, analizando los principales planteamientos teóricos expuestos por las corrientes de pensamiento económico neoclásica y postkeynesiana.

Salario, empleo y demanda

La relación entre los salarios, el empleo, la demanda y el producto ha sido un tema que ha ocupado un lugar central en el desarrollo de la teoría económica, no obstante este tema expone posiciones contrarias entre distintas corrientes de pensamiento económico acerca del tipo de interacción entre las mencionadas variables económicas, poniendo de manifiesto la falta de consenso en la literatura económica y los vacíos existentes en la misma.

A lo largo de la evolución del estudio de la economía, a partir de los aportes realizados por distintos autores y escuelas de pensamiento económico, se ha evidenciado la falta de acuerdo en lo que concierne a la interpretación de los determinantes del consumo como componente de la demanda efectiva y los posibles efectos del salario mínimo en el consumo privado, como lo dice (LOAIZA, 2008): el tema no se encuentra resuelto; a pesar de que su importancia no es escasa dentro del análisis económico de cualquier nación.

Salario mínimo y economía del trabajo

Los economistas neoclásicos suponen la existencia de un mercado de trabajo perfectamente competitivo con plena flexibilidad de los precios y neutralidad del dinero, por lo que la conducta de los agentes maximizadores resultara sistemáticamente en un equilibrio walsariano considerado un Óptimo de Pareto (Mochon Morcillo & Beker, 2008). Lo cual implica que el trabajo es considerado como cualquier otra mercancía que se rige por las leyes de la oferta y la demanda, por lo que en su mercado, la interacción de las curvas de demanda y de oferta de trabajo determinan las cantidades y precios de equilibrio.

Dicha teoría del empleo parte de un punto de equilibrio, que se define como el punto donde coinciden los criterios de utilidad de los empresarios correspondientes a la función de demanda de trabajo con la función de oferta de trabajo que muestra la pérdida de utilidad de los individuos por el sacrificio de trabajar; en este punto, la economía se encuentra en su nivel de pleno empleo y cualquier diferencia que se presente entre la cantidad de trabajo ofrecida por los individuos y la cantidad demandada de trabajo por las empresas será temporal, debido a que desde la perspectiva neoclásica la economía funciona en el nivel de pleno empleo, el cual es considerado perpetuo y solo es perturbado en lapsos cortos de tiempo por efectos sorpresas exógenos (Samuelson & Nordhaus, 2001).

De esta forma para los neoclásicos, el salario real como el precio de la fuerza de trabajo y el nivel de empleo dentro de una economía se encuentran relacionados inversamente, lo que quiere decir que a medida que aumente el salario real, menor será el nivel de ocupación y viceversa. Por lo tanto, la existencia de un mayor salario real tiene un efecto inflacionario, que implica un menor nivel de empleo que se expresa en una disminución de la masa salarial y un incremento en los costos de producción para las empresas lo cual afecta negativamente el producto y se traduce en una menor demanda, permitiendo argumentar que existe una relación negativa entre los salarios reales y la demanda de bienes y servicios; afirmando de manera implícita, que un incremento de los salarios reales debería estar relacionado con un menor consumo de los hogares. Basado en los resultados expuestos anteriormente, los autores neoclásicos

defienden las políticas económicas que permitan flexibilizar el mercado de trabajo, argumentando que es su inflexibilidad a la baja (por la imposición de un salario mínimo, los sindicatos y la legislación laboral) lo que explica el desempleo y por lo tanto un comportamiento económico negativo (Samuelson & Nordhaus, 2001).

De la misma forma como lo expone (Lavoie, 2005), el discurso neoclásico expresa que para poder gozar de mayores nivel de bienestar en el largo plazo es necesario sufrir y acomodarse a la abstinencia, por lo que una reducción de la tasa de ahorro total como consecuencia de la obtención de menores beneficios por parte de las empresas, desde la posición neoclásica, afectaría el mercado de dinero reduciendo el acceso al crédito por parte de los inversionistas, que generaría un impacto negativo en el crecimiento futuro de la economía. Esto permite fundamentar otro argumento en contra del incremento de los salarios por medio de un aumento del salario mínimo real, debido a que desde el análisis neoclásico dicho incremento tendrá una incidencia negativa en los beneficios de las empresas por los mayores costos de producción y específicamente el mayor costo de la fuerza de trabajo, reduciendo el ahorro de las empresas lo cual se constituiría en un tropiezo para el crecimiento de la economía nacional. (Samuelson & Nordhaus, 2001).

Según Larrain y Sachs (Larrain B. & Sanchs, 1994), en contra vía a lo expuesto por la corriente de pensamiento neoclásica, el enfoque de pensamiento poskeynesiano argumenta que en los mercados del mundo real el ajuste de precios es lento, el dinero no es neutral, y en general, reconocen que los mercados presentan imperfecciones. Planteando que la producción se ajusta a la demanda, y por lo tanto, la economía se encuentra dirigida por la demanda y no por las restricciones en la oferta; situando como eje central de su análisis la escasez de demanda efectiva en el corto plazo más que la escasez de oferta, ya que se supone que dentro este periodo temporal las condiciones estructurales de oferta como la tecnología, capacidad de producción y maquinaria, están dadas y son relativamente estables. Cuando la producción planeada por los empresarios no coincide con la demanda efectivamente realizada, en la economía se producirá un incremento de los stocks o quedará sin satisfacer una parte de la demanda.

Michal Kalecki (Kalecki, 1976) plantea que es el conjunto de mercancías y servicios que los agentes, en este caso los hogares, realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado, es decir, el deseo de adquirir un bien o servicio más la capacidad que se tiene para hacerlo lo que determinara la producción efectiva de un país, y por lo tanto, el nivel de renta.

De igual manera para Keynes, “*es la demanda efectiva la que determinará la producción efectivamente realizada, y por lo tanto la cantidad de ocupados oscilará con esta producción efectiva y podrá existir desocupación involuntaria*” (Keynes, 1956) ; por lo tanto, desde el enfoque keynesiano para que haya empleo tiene que existir inversión y esta solo se realiza si existen ingresos.

Entonces como lo menciona Serrano (Serrano, 2006), de acuerdo con lo anterior, el origen de los problemas económicos en el corto plazo se encuentra en la insuficiencia de la demanda inducida por unas expectativas de los agentes que no generan la demanda suficiente para garantizar el pleno empleo, aun suponiendo perfecta flexibilidad de precios y salarios; y mediante el incentivo del consumo y de la inversión, que aumentaría la demanda efectiva, se eliminaría la brecha entre la curva de oferta y la curva de demanda que genera el desempleo.

De esta forma, como lo extractan Larrain y Sachs (Larrain B. & Sanchs, 1994), según el esquema lógico del modelo poskeynesiano los ingresos solo se pueden consumir o invertir, sabiendo que el consumo está dado por la propensión marginal a consumir ya sea de bienes o servicios, y que la inversión está dada por el incentivo a invertir de los empresarios que se encuentra determinado por las expectativas futuras.

Desde esta postura, los aportes de autores como Keynes y Kalecki permiten sustentar que una reducción del salario real implicaría una reducción del poder adquisitivo, y por lo tanto, una reducción en la demanda efectiva, lo cual generaría una sobreproducción en la economía que reducirá los niveles de empleo y por lo tanto el consumo de los hogares disminuiría. De forma contraria, un incremento del salario real llevaría a un incremento de la demanda efectiva por parte de los trabajadores, en consecuencia, se generaría un estímulo de la producción, y por lo tanto del empleo; y en general un comportamiento económico positivo. Se puede afirmar entonces que los autores poskeynesianos aseguran que existe una relación positiva entre los salarios reales y la demanda, y un incremento en los salarios reales debería estar relacionado con un mayor gasto de los hogares en la adquisición de bienes y servicios con los cuales buscan satisfacer sus necesidades y deseos.

Producción

Al considerar que la producción responde a los factores que operan desde la demanda, que en *el largo plazo todos estaremos muertos* y que las decisiones de inversión dependen de las expectativas que tienen los empresarios con respecto a los rendimientos o beneficios esperados; en este sentido la inversión

se financia así misma y determina la evolución del ahorro. Como lo plantea Kalecki²⁴, la inversión alimenta el ahorro requerido para financiarla, y es la inversión y no el ahorro el factor que pone límites al volumen de acumulación de capital, esto en contravía de lo que defienden los autores neoclásicos. De acuerdo con Lavoie (Lavoie, 2005), desde el anterior análisis la corriente de pensamiento poskeynesiana argumenta que no se debe considerar al ahorro como determinante de la inversión, si no que por el contrario son las inversiones las que forman el ahorro necesario para su financiación, por lo que el ahorro se ajusta a las variaciones en el nivel de producción por medio del efecto multiplicador que tiene la inversión sobre la demanda.

Los aportes realizados por Kalecki y Keynes, permiten argumentar desde el enfoque poskeynesiano, que una disminución del ahorro de las empresas y por lo tanto del ahorro total de la economía nacional como consecuencia del aumento en los costos de producción generado por un incremento en los salarios, al convertirse en un mayor consumo de los hogares y una mayor demanda efectiva incentivaría la generación de inversión adicional. A su vez, el crecimiento de la inversión provocaría la activación del conjunto de mecanismos que dan lugar a un mayor nivel de empleo, consumo y producción. Así, desde la visión poskeynesiana la disminución del nivel de ahorro total como consecuencia del aumento del consumo de los hogares causado por el incremento en el salario mínimo real, conduciría a un aumento de la tasa de crecimiento de la economía.

Como lo dicen Arestis y Sawyer (Arestis, Dunn, & Sawyer, 1999), hasta el momento las ideas de la escuela de pensamiento poskeynesiano que reúne los aportes claves de John Maynard Keynes y Michal Kalecki sobre la demanda efectiva se han tratado como un solo conjunto, sin embargo, en la economía postkeynesiana existen unos temas centrales que incluyen una preocupación por la historia, la incertidumbre, los temas distributivos y la importancia de las instituciones políticas y económicas en la determinación del nivel de actividad en una economía. Dichos temas han sido comprendidos y aceptados de diversas formas, y en la pretensión de tratar de agrupar a los diferentes se podrían distinguir principalmente tres grupos: El primero está compuesto por autores que pretenden conectar el estudio de la demanda efectiva con los problemas de información, la existencia de incertidumbre y el proceso de formación de expectativas. El segundo grupo, al que pertenecen aquellos autores que condicionan la demanda efectiva y en especial la demanda de consumo por una distribución de la renta fruto de la naturaleza conflictiva de las relaciones sociales y las expectativas futuras de beneficios, al tiempo que tiene presente de manera especial las expectativas de información de las decisiones presentes; esté enfoque

se encuentra relacionado con las ideas de Michal Kalecki y es muy cercano al pensamiento marxista, el cual desde la perspectiva analítica trata de comprender como se reproduce bajo el modo de producción capitalista la relación de dominación de clases (Kalecki, 1976). Y finalmente un tercer grupo, que se compone de aquellos que se encuentran relacionados con el llamado “Viejo Institucionalismo”, los cuales permiten comprender la importancia que tienen elementos de reflexión en las economías de mercado.

Consumo e ingresos

Por otra parte, en el desarrollo de la teoría económica alrededor del comportamiento del consumo, se destaca principalmente el modelo formulado por John Maynard Keynes (Larrain B. & Sanchs, 1994), la hipótesis del ingreso absoluto que se basó en tres supuestos básicos: una propensión marginal a consumir que se encuentra entre cero y uno, la propensión media al consumo disminuye cuando aumenta el ingreso, finalmente que el ingreso es el principal determinante del consumo y la tasa de interés no desempeña un papel relevante. Por lo tanto, solo un incremento en el ingreso agregado menos impuestos se convierte en un incremento en el consumo.

A pesar de que inicialmente la función de consumo de Keynes fue aceptada, varios estudios y trabajos demostraron el no cumplimiento del supuesto de que la propensión media al consumo disminuye cuando aumenta el ingreso; al tiempo que señalan la existencia de dos funciones de consumo: una de corto plazo donde se cumple el supuesto de que la propensión media disminuye cuando aumenta el ingreso; y la otra de largo plazo, donde la propensión media a consumir permanece constante, al aumentar los ingresos. El punto relevante de esta hipótesis, es que tiene en cuenta el efecto ingreso corriente sobre el consumo. Sin embargo, para Milton Friedman, el hecho de omitir dentro del análisis la intertemporalidad en la toma de decisiones restringe la bondad de pronóstico de este tipo de modelo, y lo lleva a proponer la hipótesis del ingreso permanente, que se sustenta en la siguientes hipótesis: el consumo de hoy depende de las expectativas del ingreso futuro en promedio; el individuo elige su nivel de consumo intertemporal de tal manera que se suavice a través del tiempo; y una condición de optimalidad es que entre los diferentes periodos las tasas marginal de sustitución sean iguales entre sí. Esta teoría enfatiza en que el ingreso de la gente experimenta variaciones aleatorias y temporales de un año a otro; según Friedman, el ingreso actual es igual a la suma de sus dos componentes, el ingreso permanente y el ingreso transitorio, al igual que el consumo actual. De acuerdo con lo anterior, el componente permanente del ingreso reflejaría aquellos factores determinísticos como el capital humano acumulado y el componente transitorio del mismo reflejaría fluctuaciones accidentales.

Por lo tanto según Friedman, el consumo depende fundamentalmente del ingreso permanente, porque la gente utiliza el ahorro y los préstamos para equilibrar el consumo ante variaciones transitorias del ingreso; tenemos entonces que los consumidores gastan su ingreso permanente, pero ahorran la mayor parte de ingreso transitorio en lugar de gastarla. Con referente a la política económica, esta hipótesis considera que habrían efectos directos no solo a través de la tasa de interés, debido a que en la percepción y conducta de los consumidores el tipo de choques es importante, por lo cual estos determinan cambios en los niveles de consumo y de inversión; de modo que si se anuncia, por ejemplo, una reducción en los impuestos o en la tasa de interés, ambas de carácter permanente, el comportamiento del individuo es distinto, a que dicha política se percibiera como transitoria.

Vale la pena destacar los aportes de Fisher (Larrain B. & Sanchs, 1994), el cual ilustra cómo los consumidores racionales toman decisiones intertemporales, es decir, decisiones que involucran diferentes períodos de tiempo; por lo que, el consumo actual depende sólo del valor presente de la renta a lo largo de la vida, y cuánto gana en cada período es irrelevante ya que el consumidor puede ahorrar o endeudarse entre períodos. Sin embargo, en la teoría de la elección intertemporalidad de Fischer si el consumidor se enfrenta a restricciones crediticias o restricciones de liquidez, entonces puede no ser capaz de aumentar su consumo presente y su consumo se puede comportar como en la teoría Keynesiana, aun cuando sea racional y previsor.

Por su parte, la hipótesis del ciclo de vida propuesta por Franco Modigliani, expone que el ingreso varía sistemáticamente a lo largo de la vida de la gente y que el ahorro permite a los consumidores trasladar parte de sus ingresos de las épocas de la vida en que estos son altos, a otras en que son bajos. Reconociendo de esta forma que las decisiones de consumo están condicionadas a la evolución futura del ingreso, adicionando al análisis factores como la edad y los recursos disponibles, es decir que el consumo se encuentra explicado además del ingreso esperado por las posibles necesidades del individuo a lo largo de su vida. Para llegar a estos resultados la hipótesis del ciclo de vida supone que una razón por la que el ingreso varía a lo largo de la vida de una persona es la jubilación, la renta disminuye para la persona cuando se jubila, por lo que para poder mantener el consumo después de su jubilación la gente debe ahorrar durante años de trabajo.

Enfoques antagónicos

El análisis del pensamiento neoclásico sugiere que incrementos en el salario mínimo real tiene efectos negativos en la economía nacional, específicamente en el empleo, la demanda y el consumo de los

hogares. Dicha posición se trata de una construcción lógica y aparentemente coherente explicada en la eficiencia económica del mecanismo de precios dentro del mercado de trabajo (que se supone cumple con las condiciones de competencia perfecta). El discurso neoclásico justifica la reducción o eliminación de las rigideces, como el salario mínimo, argumentando que así se lograría el adecuado funcionamiento del mecanismo de precios al interior del mercado de trabajo, y por lo tanto la eficiencia económica, lo cual se traduciría en mejores niveles de empleo e incentivaría una mayor producción.

En contravía a lo anterior, Keynes (Keynes, 1956) sostiene que la demanda efectiva es la que determina la producción efectivamente realizada y la cantidad de empleados oscilará con esta producción efectiva, debido a que las empresas no demandan más trabajo cuantos más baratos venden su fuerza de trabajo los trabajadores sino cuanto más les requiere el mercado de lo que producen, argumentando de esta forma que la demanda de trabajo depende más de la demanda efectiva que del salario real como precio de la fuerza de trabajo. Así, desde la visión poskeynesiana una disminución del salario real implica una reducción del poder adquisitivo de los trabajadores y una contracción del consumo de los hogares, lo que reduciría la demanda efectiva y por lo tanto los niveles de empleo (Hein & Tarassow, 2008); mientras que un incremento del salario real provocaría un crecimiento del consumo de los hogares y la demanda efectiva, y por lo tanto una disminución del desempleo, que debería traducirse en un mayor nivel de bienestar dentro de la economía.

Según Lavoie (Lavoie, 2005), desde la perspectiva neoclásica para poder gozar de mayores beneficios en el largo plazo es necesario sufrir y acomodarse a la abstinencia, y una reducción en el nivel ahorro de la economía nacional restringe el acceso al crédito por parte de los empresarios desincentivando la inversión que provocaría un recorte en la tasa de crecimiento de la economía. De acuerdo con lo anterior, el pensamiento neoclásico permite sustentar que un incremento en los salarios reales posiblemente tendría un efecto negativo sobre la tasa de crecimiento de la economía, por medio de la reducción en la tasa de ahorro de la economía como consecuencia del menor nivel de ahorro que tendrían las empresas por el incremento en los costos de producción.

Para Kalecki (Kalecki, 1976), lo que es ventajoso para un empresario aislado no lo es necesariamente para el conjunto de los empresarios considerados como clase y al considerar de manera individual la forma como una reducción en los salarios incrementaría los beneficios por el abaratamiento de los costos de producción para cada empresa, los autores neoclásicos no tienen en cuenta que si la reducción de los salarios es generalizada mientras las empresas incrementan sus beneficios y sus precios

se mantienen fijos (como en el caso de una reducción en el salario mínimo real), la demanda por sus productos sería menor y venderían menos, y no por ello van a aumentar sus beneficios.

De esta forma, de acuerdo con Kalecki las conclusiones obtenidas por los autores neoclásicos alrededor de las implicaciones que tienen variaciones en los salarios reales dentro de la economía nacional, se deben a un error vital del análisis neoclásico el cual no tiene en cuenta que el efecto inmediato de una reducción en el salario real no es el incremento en la demanda de trabajo, sino la contracción del consumo de los hogares.

Los países latinoamericanos después de varios años aplicando las políticas de flexibilización promovidas por el Consenso de Washington, las cuales según Williamson (Williamson, 2000) se refieren al conjunto de políticas de común asesoramiento fundamentadas en los postulados neoclásicos y recomendadas por los organismos multilaterales con sede en Washington a los países de América Latina a partir de 1989. Aunque supuestamente mejorarían el funcionamiento de la economía del trabajo, es decir iban a reducir el desempleo; Stiglitz (Stiglitz, 2003) sostiene que en los hechos el porcentaje de desempleados aumentó de forma persistente, además de que se presentó una creciente informalización del empleo.

De acuerdo con Williamson (Williamson, 2000), el Consenso de Washington “muy conscientemente evitó las políticas redistributivas, en la opinión de que el gobierno estadounidense no había llegado a un consenso sobre su conveniencia”; es decir, que dichas políticas incluyeron un énfasis limitado en lo social y no centraron su atención en la distribución del ingreso o en los efectos distributivos de las políticas, lo cual pudo agravar la situación de desigualdad en la distribución de la renta de los países latinoamericanos.

Para Kalecki, el dogma de la competencia perfecta constituye uno de los supuestos más irrealistas e imperfectos, lo cual lo *“convierte en un mito peligroso cuando se olvida su estatus real de modelo cómodo”* (Kalecki, 1976).

Conclusiones

Dentro del recorrido teórico y la exploración de los trabajos investigativos se hallaron posiciones contrarias alrededor de los efectos del salario mínimo real en la economía, la existencia de vacíos en el

estudio de sus posibles consecuencias sobre la demanda interna y específicamente sobre el consumo de los hogares. Esto muestra que la discusión sobre el tema aún no está resuelta y que dentro de la literatura económica colombiana en la actualidad no existe pleno acuerdo sobre las consecuencias macroeconómicas que tienen variaciones del salario mínimo real.

Las variaciones en el salario mínimo real han estado acompañadas por comportamientos similares del consumo de los hogares. Los periodos en los cuales se registran los mayores crecimientos promedios multianuales en el salario mínimo real han estado acompañados de una evolución similar del consumo de los hogares, y por el contrario, cuando el salario mínimo real registra las menores variaciones promedio multianuales la dinámica del consumo de los hogares se debilita, reduciendo su crecimiento. En la economía colombiana durante las últimas cuatro décadas, la evidencia empírica muestra que el salario mínimo real ha tenido una relación directa con el consumo de los hogares, indicando que no se ha cumplido la relación negativa entre el salario mínimo real y el consumo de los hogares sugerida por la teoría económica neoclásica, y permite poner en duda la efectividad de las políticas que buscan inmovilizar o reducir el valor del salario mínimo real arguyendo que su incremento provoca un efecto negativo para la actividad y el crecimiento económico. No obstante, a pesar de que el salario mínimo real es un tema complejo que requiere mucho cuidado, los resultados expuestos en este artículo respaldan los planteamientos poskeynesianos expuestos por Kalecki, según los cuales incrementos del salario mínimo real incentivan un crecimiento económico justo y sostenido por medio de su incidencia en el empleo, el consumo de los hogares, la demanda efectiva, la distribución de la renta, la producción y el crecimiento económico.

Referencias bibliográficas

- Arestis, P., Dunn, S., & Sawyer, M. (1999). Post Keynesian economics and its critics. Recuperado el 12 de 07 de 2010, de Journal of PostKeynesian Economic: [http:// search. ebscohost .com / login. aspx ? direct = true&db](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db)
- Banco Mundial. (2019). Índice de Gini - Colombia. Recuperado el 2019, de [https: // datos .bancomundial .org /indicador/SI.POV.GINI?locations=CO&view=map](https://datos.bancomundial.org/indicador/SI.POV.GINI?locations=CO&view=map)
- Commendatore, P., Salvatore, D., Panico, C., & y Pinto, A. (2003). Keynesian theories of growth. Obtenido de Massachusett, Edward Elgar Publishing Limited: [http://books.google.com.co/ books?id=1cWs OSMQoJAC&hl=es](http://books.google.com.co/books?id=1cWsOSMQoJAC&hl=es)
- Hein, E., & Tarassow, A. (2008). Distribution, aggregate demand and productivity growth—theory and empirical results for six OECD countries based on a post-Kaleckian model. Obtenido de Working Paper, No 18, Macroeconomic Policy Institute: <http://www.boeckler.de/cps>
- Kaldor, N. (1955). Alternative Theories of Distribution. Obtenido de The Reviews of Economic Studies: [http://links.jstor.org/sici?sici=0034-6527%281955%2F1956%2923%3A2 %3C 83% 3AATOD%3E2.0.CO%3B2-P](http://links.jstor.org/sici?sici=0034-6527%281955%2F1956%2923%3A2%3C83%3AATOD%3E2.0.CO%3B2-P)

Kalecki, M. (1976). Economía Socialista y mixta: Selección de ensayos sobre crecimiento económico. México D.F: Fondo de Cultura Económica.

Keynes, J. M. (1956). Teoría General de la Ocupación, el interés y el dinero. México D.F: Editorial Hornero.

Kuznets, S. (2005). Economic growth and income inequality. En: American Economic Review. Obtenido de <http://www.fundacionsistema.com>

Larrain B., F., & Sanchs, J. (1994). Macroeconomía en la economía global. 2da edición. Buenos Aires (Argentina): Pearson Education.

Lavoie, M. (2005). L'économie Post-Keynésienne Penser Seul Antidote. Recuperado el 09 de Noviembre de 2019, de <http://www.econ.nyu.edu/user/ludvigson/equpreml.pdf>

LOAIZA, S. &. (2008). Salarios, demanda agregada y desempeño económico en Colombia: un debate no resuelto. Medellín: Universidad de Antioquia.

Lora, E., & Herrera, A. M. (1993). Macroeconomía del salario mínimo. Fedesarrollo.

Mochon Morcillo, F., & Beker, V. A. (2008). Economía. Principios y Aplicaciones. Argentina: McGraw Hill editores.

Pobreza monetaria en Colombia. (2018). Recuperado el 2019, de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/2018/bt_pobreza_monetaria_18.pdf

Rey, C. (2008). Aproximaciones Teóricas Y Empíricas A La Relación De Causalidad Entre Desigualdad Y Crecimiento: Un Análisis Para Colombia 1985-2006. Revista Palobra.

Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2001). Macroeconomía. McGraw Hill/Interamericana de España editores.

Serrano, F. (2006). confrontaciones Monetarias: Marxistas y Post-keynesianos en América Latina. Buenos Aires (Argentina): Clacso Libros.

Stiglitz, J. E. (2003). El rumbo de las reformas. Hacia una nueva agenda para América Latina. Obtenido de <http://www.eclac.org/>

Williamson, J. (2000). What Should the World Bank Thinkabout the Washington Consensus? Recuperado el 2019, de The World Bank Research Observer: <http://wbri.oxfordjournals.org/content/15/2/251.short>



www.unisinu.edu.co