





CONTABILIDAD  
Y DECISIONES



# CONTABILIDAD Y DECISIONES

Publicación del Instituto de Contabilidad  
dependiente de la Facultad de Ciencias  
Económicas y de Administración, de la  
Universidad Católica de Córdoba

8 - Año 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CÓRDOBA

Rector:

*P. Dr. Alfonso Gómez S.J.*

Decano Facultad de Ciencias Económicas y de Administración:

*Julio César Vigliano*

CONTABILIDAD Y DECISIONES Copyright © 2009

De la presente edición:

Copyright © 2018 by EDUCC - Editorial de la Universidad Católica de Córdoba

Directora Editorial:

*Carla Slek*

**ISSN 1852-4982**

Está prohibida la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier método fotográfico, fotocopia, mecánica, reprográfico, óptico, magnético o electrónico, sin la autorización expresa y por escrito de los propietarios del copyright.

IMPRESO EN LA ARGENTINA - *PRINTED IN ARGENTINA*

Todos los derechos reservados - Queda hecho el depósito que prevé la ley  
11.723



UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE CÓRDOBA  

---

Universidad Jesuita

Universidad Católica de Córdoba  
Obispo Trejo 323 - X5000IYG Córdoba - República Argentina  
Tel. + (54 - 351) 4286171  
educ@uccor.edu.ar - www.ucc.edu.ar

*Director del Instituto de Contabilidad*

Cr. Alfredo Sánchez

*Secretarios del Instituto de Contabilidad*

Cr. Martín Bertoni  
Cr. Ariel Leonardo Palmisano

*Director Editorial del Instituto de Contabilidad*

Esp. Eugenio Darío Fabiani

*Secretarios Editorial del Instituto de Contabilidad*

Cra. Cintia Daniela Perrulli  
Cr. Alfredo Ángel Sánchez

*Comité Académico Interno*

Luis Ramón Álvarez Chiabo  
Nelson José Bertolosso  
Marcelo José Capello  
Roberto Dellaferrera  
Raúl Alberto Ercole  
Jorge Orlando Pérez  
Dante Domingo Terreno

*Comité Académico Externo*

Jorge José Gil (Univ. Nacional de Cuyo y Univ. Nacional del Aconcagua)  
Hugo Carlos Priotto (Universidad Nacional de Córdoba)  
Heraldo Darío Remondino (Universidad Nacional de Río Cuarto)  
Osvaldo Hugo Ripetta (Universidad Nacional de Córdoba)  
Juan Carlos Viegas (Universidad de Buenos Aires)  
Eliana Mariela Werbin (Universidad Nacional de Córdoba)  
Amaro Ramón Yardín (Universidad Nacional del Litoral)  
Enrique Nicolás Cartier (Univ. de Buenos Aires y Univ. Nacional de Luján)  
Eduardo Aníbal Chevel (Universidad Argentina de la Empresa)  
Alberto Eleodoro Marcel (Universidad Nacional de La Plata)  
José Puccio (Universidad Nacional del Litoral)  
Enrique Roberto Rudi (Universidad Tecnológica Nacional)  
Esther Lucía Sánchez de Gil (Universidad Nacional de Cuyo)  
Héctor Traballini (exdocente Universidad Católica de Córdoba)  
Marcelo Gustavo Podmoguilnye (Universidad Nacional de Lomas de Zamora)

Los artículos publicados son de exclusiva  
responsabilidad de los autores

## ÍNDICE GENERAL

Los ratios contables para describir y diagnosticar empresas que presentan signos de vulnerabilidad financiera en mercados latinoamericanos. <i>Norma Patricia Caro, Mariana Guardiola, Lourdes Carolina Flores</i> .....	11
La percepción del marketing responsable en bancos <i>Eduardo Ingaramo</i> .....	37
Los estados financieros prospectivos para las decisiones financieras <i>Juan Carlos Viegas</i> .....	77
Análisis de las variables que influyen en el comportamiento ético profesional en un contexto de sustentabilidad <i>Graciela María Scavone Costa</i> .....	109



**LOS RATIOS CONTABLES PARA DESCRIBIR Y  
DIAGNOSTICAR EMPRESAS QUE PRESENTAN SIGNOS  
DE VULNERABILIDAD FINANCIERA EN  
MERCADOS LATINOAMERICANOS**

*CARO, Norma Patricia*  
*Doctora en Ciencias Económicas*  
*Universidad Nacional de Córdoba*  
*Correo: pacaro@eco.unc.edu.ar*

*GUARDIOLA, Mariana*  
*Contadora Pública*  
*Universidad Nacional de Córdoba*  
*Correo: mariana.guardiola@gmail.com*

*FLORES, Lourdes Carolina*  
*Especialista en Contabilidad y Auditoría*  
*Universidad Nacional de Córdoba*  
*Correo: esencia@eco.unc.edu.ar*

**Resumen**

En los últimos años se ha dado especial énfasis al estudio de las empresas que cotizan sus acciones en el mercado bursátil, haciendo hincapié en la información que brindan sus ratios contables en la identificación de situaciones de vulnerabilidad o crisis financiera (cesación de pagos, pérdidas elevadas, estado de quiebra).

De esta manera se consideraron las empresas que cotizan en los mercados de Chile, Perú, Colombia, Argentina y Brasil y se calcularon los indicadores contables provenientes de los estados financieros en el período 2000-2011.

Los resultados obtenidos indican que los ratios financieros permiten caracterizar a las empresas según su estado de vulnerabilidad financiera y de esa forma contribuir al diagnóstico empresarial, aplicando herramientas exploratorias.

Los métodos descriptivos permitieron construir valores de referencia de los ratios financieros que permitirán clasificar a una nueva empresa (en sana o en crisis) en un momento determinado en función de la información que proveen sus propios índices. Esto resulta de suma utilidad al momento de justificar el uso de determinados ratios en modelos de predicción de crisis para empresas de economías emergentes, como las latinoamericanas, y avanzar en la modelización de la probabilidad de que una empresa pueda ingresar o no en un estado de crisis financiera.

**Palabras clave:** ratios financieros – crisis empresaria – economías emergentes latinoamericanas

**Código JEL:** M40, C40

## **Abstract**

In recent years it has given special emphasis to the study of listed its shares on the stock market companies, focusing on the information provided by its financial ratios to identify vulnerabilities or financial crisis (default, loss high, bankrupt).

In this way the companies listed on the markets of Chile, Peru, Colombia, Argentina and Brazil and accounting indicators from financial statements calculated in the period 2000 - 2011 companies were considered.

The results indicate that financial ratios to characterize companies according to its statement of financial vulnerability and thus contribute to the entrepreneurial diagnosis, with exploratory tools. This were applied in Latin American emerging economies.

Descriptive methods allow build reference values of financial ratios that will classify a new company (healthy or crisis) in a determined based on the information provided by their own rates now. This is extremely useful when

justifying the use of certain ratios in models predicting crises for companies in emerging economies such as Latin America, and advance modeling the probability that a company can enter or not in a state of financial crisis.

**Keywords:** financial ratios – business crisis – Latin American emerging economies

**JEL code:** M40, C40

## 1. Introducción

Desde comienzos de siglo XX, en especial ante el suceso de crisis económicas internacionales, los gerentes y banqueros, entre otros, se han planteado como objetivo evaluar los resultados futuros del comportamiento de las empresas para predecir a mediano plazo, procesos de gestación e instalación de estados de vulnerabilidad financiera.

Alrededor de la década de 1930 en adelante, la literatura en esta área fue descriptiva y a partir de 1968 se aplicaron modelos predictivos en economías desarrolladas. Muchos trabajos han replicado estos estudios predictivos en economías emergentes, pero la literatura es escasa en estudios descriptivos, los que resultan necesarios previo a la aplicación de cualquier metodología de predicción.

Caro, 2015 ha realizado una descripción de empresas en crisis para el caso de Argentina comparando dos décadas de estabilidad económica, 1990 y 2000. En el presente trabajo se pretende extender el análisis a empresas de otros mercados latinoamericanos, con la finalidad de encontrar características comunes en el comportamiento financiero de las mismas.

La necesidad de evaluar el riesgo de crédito ha ido evolucionando con el tiempo. A partir de la segunda mitad del siglo pasado, la aparición de trabajos basados en la información contable han justificado su utilidad para detectar situaciones de fracaso empresarial (Ibarra, 2006) que, sin duda es uno de los aspectos más preocupantes, no sólo para el empresario, sino para la sociedad en general, poniendo de relieve los factores explicativos de tales situaciones. Se han calculado innumerables ratios financieros con la información contable de las firmas (relacionados al flujo de fondo operativo reportado o estimado, capital de trabajo, rentabilidad, volumen de negocios, estructura financiera y capacidad de pago de los servicios de deuda), para luego construir modelos de predicción de crisis.

En este trabajo se procura dar continuidad a esta línea de investigación con el aporte de evidencia empírica, mediante el análisis de los indicadores financieros, que según la literatura, influyen en el pronóstico de riesgo de crisis empresarial y proveen información valiosa y adecuada para atenuar las consecuencias de este fenómeno.

En este sentido, se pretenden responder los siguientes interrogantes: ¿Cuáles son los indicadores que determinan la situación de crisis de las empresas que cotizan en Bolsa en los Mercados de Chile, Perú, Colombia, Argentina y Brasil en el período 2000 - 2011? ¿Son los mismos o cada mercado tiene su particularidad? y si es así, ¿se pueden utilizar estos resultados exploratorios para construir modelos predictivos?

El horizonte temporal de esta investigación comprende el período 2000-2011, que se corresponde con una etapa de estabilidad y crecimiento de las economías latinoamericanas, y donde las empresas que cotizan en bolsa publican sus estados financieros confeccionados a partir de la aplicación de normas locales. Cabe destacar que para las empresas argentinas se consideró la información disponible a partir del año 2003 debido a la crisis económica del 2001-2002. No se han tenido en cuenta periodos de inestabilidad económica, ya que pueden distorsionar el verdadero efecto que se quiere analizar (Sandin y Porporato, 2007).

Con posterioridad a ese período, estos países comenzaron a implementar las Nuevas Normas Internacionales de Contabilidad que fijan algunos criterios diferentes en cuanto a valuación y exposición de la información. Por esto no resulta conveniente utilizar informes contables de períodos posteriores a la implementación de dichas normas ya que sus resultados no serían comparables.

Mediante la aplicación de métodos estadísticos descriptivos se persigue, para cada mercado, analizar el desempeño de ciertos ratios sugeridos por la literatura y determinar valores de referencia de los mismos que contribuyan a predecir un estado de falencia que provoque sucesos de cesación de pagos, cierre de empresas, entre otros. De esta manera, se indagará sobre la existencia de un patrón de comportamiento en los ratios que distinga a las empresas en crisis del resto, y las características que explican las diferencias entre ambos grupos de empresas (con problemas financieros y sin ellos).

Cabe aclarar que para las entidades financieras es de sumo interés poder evaluar el riesgo financiero de las empresas, y de esta manera, determinar si es factible el ofrecimiento de créditos, su racionamiento, o bien su devolución y renegociación (Mendizábal Zubeldia y Lertxundi, 2015). Esto ha motivado la cuantificación del riesgo operativo como medida de la pérdida razonable que se espera tener por este tipo de situaciones desfavorables (Valencia, A. M., 2010).

Luego de esta introducción, el trabajo presenta una breve revisión de la literatura, la selección de las muestras de empresas por mercado, la descripción de la metodología y de las variables utilizadas en el análisis, los resultados para cada grupo de empresa y su comparación entre los mercados, una discusión de los resultados y, por último, las conclusiones obtenidas.

## **2. Revisión de la Literatura**

Siguiendo a Beaver (1981), la Contabilidad Financiera, en su etapa actual, provee información útil para distintos usuarios, a fin de alterar las creencias del inversor, afectar el precio de las acciones, lo que a su vez influye en la demanda de información financiera.

La información que presentan los estados contables tiene consecuencias económicas importantes, ya que puede afectar la distribución de la riqueza, el nivel de riesgo incurrido entre los distintos actores, la formación de capital, la distribución de la inversión, la cantidad de recursos necesarios y el procesamiento, análisis e interpretación de los estados contables.

El tema de investigación que se aborda en este trabajo ha permitido explicar el rol fundamental de los estados financieros de publicación, que deben presentarse bajo el cumplimiento de normas contables definidas, de donde se extraen indicadores financieros que se analizan y utilizan para predecir el futuro estado de una organización. Es posible utilizar la información contable histórica para predecir la situación futura. Una aplicación particular de este enfoque es la predicción de quiebra, que permite a las empresas anticiparse a situaciones que deriven en la imposibilidad de hacer frente a sus obligaciones o compromisos asumidos.

Fitzpatrick (1932), Winakor y Smith (1935) y Merwim (1942) comenzaron en la década de 1930 con estudios de tipo descriptivos en economías desarrolladas. El presente trabajo permite caracterizar a empresas latinoamericanas según su estado financiero, para luego poder predecir cómo se comportarían nuevas empresas o las mismas en periodos futuros.

En resumen, este estudio contribuye a la investigación contable, en lo referido al análisis e interpretación de estados contables, a fin de sugerir los cursos de acción más adecuados y lograr una correcta toma de decisiones. La mayoría de los trabajos de investigación en esta temática abarcan modelos predictivos, pero es necesario el análisis descriptivo previo porque permite a los gerenciadorees de empresas a analizar determinadas medidas como paso previo para la predicción de crisis.

Caro (2015) realiza un primer análisis en Argentina que es tomado en el presente como paso inicial en forma comparativa con otras economías latinoamericanas.

### 3. Metodología y Muestra

La población objeto de análisis está conformada por las empresas que cotizan sus acciones en las Bolsas de:

- a) Comercio de Buenos Aires (Argentina)
- b) Valores de São Paulo (Brasil)
- c) Valores de Colombia (Colombia)
- d) Comercio de Santiago (Chile)
- e) Valores de Lima (Perú)

En primer lugar, para cada uno de los mercados latinoamericanos estudiados, se seleccionaron todas las empresas que presentaron dificultades financieras (empresas en crisis) en el período 2000 - 2011. Éstas fueron detectadas a partir del dato de expresión de la vulnerabilidad financiera en el período de análisis, como suspensión en la cotización de sus acciones, declaración de su quiebra, o absorción de parte de su capital o de su patrimonio neto debido a elevadas pérdidas. En segundo lugar, se tomó una muestra aleatoria de empresas sanas, que son aquellas firmas que no manifestaron estos signos de vulnerabilidad en el mencionado período.

Cabe aclarar que se excluyeron bancos, compañías financieras y de seguros, ya que poseen una regulación específica y su análisis no sería comparable con las demás empresas (Altman, 1968).

Para el análisis de las empresas en crisis, en los distintos mercados latinoamericanos, se tomaron los estados contables anuales inmediatos anteriores a la crisis (mínimo dos y máximo seis años), según la disponibilidad de la información, y para las empresas sanas, los estados contables anuales de similar período a las anteriores.

A continuación se presenta el número de empresas según el estado (sanas y en crisis) que integran la muestra de cada mercado y sus respectivas observaciones, diferenciados en países andinos (Tabla 1) y del Mercosur (Tabla 2).

**Tabla 1***Cantidad de empresas y observaciones de países andinos*

Estado	Chile		Perú		Colombia	
	Obs.	Empresas	Obs.	Empresas	Obs.	Empresas
Sana	522	89	221	37	202	26
En crisis	111	22	52	13	59	8
Total	633	111	273	50	261	34

*Fuente:* elaboración propia**Tabla 2***Cantidad de empresas y observaciones de países del Mercosur*

Estado	Argentina		Brasil	
	Obs.	Empresas	Obs.	Empresas
Sana	186	31	718	144
En crisis	52	13	49	13
Total	238	44	767	157

*Fuente:* elaboración propia

El listado de las empresas consideradas en cada uno de los países con identificación de su estado (sanas o en crisis) se encuentra en el Anexo del presente trabajo.

La crisis empresaria es un estado que se caracteriza por que afecta la condición de viabilidad, en la cual se produce un desequilibrio generalizado y cuya principal manifestación es la disminución de la capacidad de regenerar ciclos de actividad. En este contexto, las estructuras de rentabilidad y de financiación suelen ser las más afectadas.

Estas estructuras pueden ser utilizadas para establecer un marco de referencia para el proceso de diagnóstico en las organizaciones, acorde con su

realidad y sus propias políticas. El diagnóstico empresarial constituye el nexo entre el estudio - investigación y la programación de actividades, que permite a las organizaciones detectar anomalías y tomar decisiones tendientes a evitar situaciones de crisis financiera.

A través del análisis descriptivo de datos se calculan las medidas que diagnostican esta situación y que son previas a la aplicación de modelos de predicción de crisis.

Como se mencionara anteriormente las empresas de cada mercado bajo estudio se dividen en dos grupos, uno formado por empresas que presentan signos de vulnerabilidad financiera en el período considerado (empresas en crisis) y otro, integrado por empresas que no poseen esta característica (empresas sanas).

Con el propósito de describir ambos grupos y de poder detectar medidas tendientes a diagnosticar un posible fracaso empresarial, se utilizaron algunos constructos sugeridos por la literatura contable para esta temática.

Éstos son ratios financieros que se obtienen a partir de la información de los estados contables de las empresas que cotizan en las Bolsas de cada país, y permiten no sólo resolver algunos aspectos relacionados a la toma de decisiones sino cuantificar de alguna manera el éxito o fracaso de una empresa. Es decir, el análisis de los ratios financieros permite medir una serie de características de la empresa que la llevarán a evitar su fracaso, debido a que se pueden detectar signos de deterioro en el comportamiento de los mismos.

Una de las debilidades en el uso de los ratios tiene que ver con la desproporcionada cantidad de ellos que se utilizan en las investigaciones, no existiendo una teoría sólida sobre cuáles ratios son los que deben utilizarse y, a su vez, muchos de ellos son redundantes ya que miden lo mismo de formas parecidas.

Los ratios que se consideran en este trabajo son indicadores financieros calculados a partir de la información que brindan los estados contables anuales, correspondientes a las empresas que integran las muestras para los cinco mercados latinoamericanos, en el período bajo estudio (Altman, 1993 y Jones y Hensher, 2004). En el Tabla 3 se describen las variables seleccionadas para caracterizar ambos grupos de empresas (sanas y en crisis) de cada mercado.

**Tabla 3***Descripción de las variables utilizadas en el análisis descriptivo*

<b>Variable</b>	<b>Forma de cálculo</b>	<b>Elementos del Ratio</b>	<b>Interpretación</b>
Ratio de Flujo de Fondos (FF_AT)	<b>FF_AT = (FFO/AT)*100</b>	FFO: Flujo de Fondos generado por las Operaciones AT: Activo Total	Mide la posición de efectivo originado por las operaciones respecto al total del activo.
Ratio de Liquidez (E_AT)	<b>E_AT = (E/AT)*100</b>	E: Disponibilidades (efectivo e inversiones que se convierten en efectivo dentro de las 24 hs.) AT:	Representa la relación entre los recursos más líquidos de la empresa con respecto al total del activo.
Ratio de Rotación sobre Activo Total (V_AT)	<b>V_AT = (V/AT)*100</b>	Activo Total V: Total de Ventas AT: Activo Total	Expresa la eficiencia con que la empresa puede usar sus activos para generar ventas.
Ratio de endeudamiento (D_PN)	<b>D_PN = (D/PN)*100</b>	D: Total de Deudas PN: Patrimonio Neto	Mide la relación de las deudas (capital de terceros) por cada peso de capital aportado por los dueños de la empresa.
Ratio de Capital de trabajo (CT_AT)	<b>CT_AT = (CT/AT)*100</b>	CT: Capital de Trabajo (Activo Corriente menos Pasivo Corriente) AT: Activo Total	Expresa el grado de fluidez del activo total e indica en qué medida la inmovilización del activo total resulta neutralizada por el capital de trabajo.
Ratio de rentabilidad económica (GE_AT)	<b>GE_AT = (UaiI/AT)*100</b>	UaiI: Utilidad antes de intereses e impuestos AT: Activo Total	Mide la rentabilidad en función de las ganancias de la explotación.

Otras investigaciones (Mongrut, et al, 2011) han utilizado indicadores macroeconómicos —tasa de inflación, tasa de interés, producto bruto interno, entre otras— logrando resultados satisfactorios. No obstante, estas variables no fueron consideradas por no ser estadísticamente significativas ya que resultan constantes para cada empresa —aunque diferentes en cada uno de los años considerados— y no tienen incidencia en el estado de crisis en el periodo analizado —caracterizado por estabilidad y crecimiento económico—.

## 4. Resultados

En esta sección se exponen las principales características de ambos grupos de empresas (sanas y en crisis) destacando las principales diferencias y similitudes que se observan en cada uno de los mercados.

### *Empresas Sanas*

En la Tabla 4 se presentan las medidas resumen de los índices para las empresas sin problemas financieros.

En los mercados latinoamericanos bajo estudio existen empresas sanas con altos niveles de rentabilidad, impactando en valores medios más elevados que las medianas. Esto se presenta de manera más acentuada en las empresas sanas del mercado colombiano.

En cuanto al flujo de fondos originado por las operaciones, se puede observar que las empresas sanas poseen, en promedio, valores positivos del índice y relativamente superiores a su mediana salvo en Argentina.

Tanto las empresas brasileras como peruanas que no presentan problemas financieros, arrojan valores medios y medianos del índice de liquidez muy superiores a los de las empresas sanas de los otros mercados. No obstante, son las que presentan mayor dispersión en sus valores.

El ratio que mide el volumen de negocios es decir, las ventas sobre el total del activo, asume un valor medio superior a la mediana y presenta una importante variabilidad en todos los mercados analizados.

Las empresas sanas brasileras poseen similar índice de endeudamiento promedio y mediano, pero superiores a los que se registran en los restantes mercados para este tipo de empresas.

Comparativamente, el índice del capital de trabajo es, en promedio, mayor en el grupo de las empresas sanas colombianas; lo mismo ocurre si comparamos los valores medianos. Además se puede concluir que este ratio asume valores positivos en las empresas sanas de dicho mercado, por lo que su activo corriente siempre supera a su pasivo corriente.

**Tabla 4**

*Medidas descriptivas de ratios financieros de empresas sanas*

<b>Índice de Rentabilidad (GE_AT)</b>					
<b>Medidas</b>	<b>Argentina</b>	<b>Brasil</b>	<b>Chile</b>	<b>Perú</b>	<b>Colombia</b>
Mediana	0,48	8,18	5,85	13,05	4,98
Media	0,91	9,88	6,35	17,66	8,14
Mínimo	-17,53	-24,57	-147,35	-27,76	-32,31
Máximo	36,74	92,91	86,00	90,57	44,42
<b>Flujo de Fondos Operativos (FF_AT)</b>					
Mediana	8,41	6,74	8,20	11,95	-
Media	7,68	6,98	9,36	14,39	-
Mínimo	-23,44	-67,81	-29,90	-21,41	-
Máximo	31,43	57,53	126,01	64,74	-
<b>Estado de Efectivo (E_AT)</b>					
Mediana	1,62	5,60	0,42	3,98	1,32
Media	2,52	9,81	1,02	9,30	2,31
Mínimo	0,00	0,00	0	0,11	0,00
Máximo	13,55	65,97	34,08	64,12	14,70
<b>Volumen de Negocios (V_AT)</b>					
Mediana	83,80	64,04	50,15	68,56	42,50
Media	102,64	66,71	57,39	78,43	58,53
Mínimo	2,93	-3,65	0	2,81	4,23
Máximo	374,85	337,16	387,26	285,67	342,51

<b>Índice de Endeudamiento (D_PN)</b>					
Mediana	70,61	100,68	57,14	60,22	36,39
Media	88,93	134,38	70,55	67,89	45,31
Mínimo	1,44	4,13	0,06	5,17	1,01
Máximo	340,99	1257,13	419,94	219,23	324,14
<b>Índice de Capital de Trabajo (CT_AT)</b>					
Mediana	10,11	10,87	7,52	14,00	73,32
Media	12,30	13,71	11,78	18,06	73,29
Mínimo	-65,26	-93,19	-18,77	-32,98	23,58
Máximo	66,35	81,23	93,09	68,51	99,00

*Fuente:* elaboración propia

### ***Empresas en crisis***

En el Tabla 5 se presentan las medidas resumen de los índices para las empresas con problemas financieros.

Las empresas en crisis argentinas y chilenas poseen altos niveles de pérdidas lo que se manifiesta en un índice de rentabilidad promedio negativo del 10,71 % y 10,11 %, respectivamente. Si bien en los restantes mercados, hay empresas en crisis con rentabilidad negativa, en promedio, el índice arroja valores positivos y similares a la mediana, excepto en el caso de Colombia donde ésta duplica al promedio. Por otra parte, el índice de rentabilidad presenta una marcada variabilidad en las empresas en crisis chilenas y brasileras, siendo mucho menor en el caso de las peruanas.

En promedio, el flujo de fondo operativo de las empresas con vulnerabilidad financiera es negativo; no obstante esta característica no se presenta en las empresas del mercado peruano, las que a su vez tienen, comparativamente, una menor dispersión en los valores del índice.

En los cinco mercados latinoamericanos analizados, el nivel de efectivo promedio de las empresas en crisis es más del doble que su valor mediano, lo que evidencia la presencia de valores extremos del ratio.

También, debido a la existencia de valores atípicos, se observan diferencias en las medias y medianas del índice de rotación del activo en los diferentes mercados, siendo estas últimas menores. Comparativamente,

este ratio presenta mayor dispersión en las empresas en crisis de Perú y Brasil.

El índice de endeudamiento tiene una marcada variabilidad en las empresas en crisis peruanas seguidas por las chilenas y argentinas. Varias de estas empresas asumen valores máximos extremos del índice, que explican la diferencia que existe entre los valores promedios y medianos. En los dos mercados restantes, esta situación se presenta pero menos acentuada.

Por último, valores negativos del ratio de capital de trabajo implican la existencia de endeudamiento a corto plazo para sostener la operatoria de la empresa. Esta situación se presenta solo en el grupo de las empresas en crisis brasileras, argentinas y peruanas en las cuales el índice asume, en promedio, valores negativos del 44,40 %, 24,25 % y 3,93 %, respectivamente. Cabe destacar que la mayor variabilidad del índice se presenta en las empresas de Brasil y Argentina y en menor medida en las de Perú.

**Tabla 5**

*Medidas descriptivas de ratios financieros de empresas en crisis*

<b>Índice de Rentabilidad (GE_AT)</b>					
Medidas	Argentina	Brasil	Chile	Perú	Colombia
Mediana	-8,30	4,04	-1,36	0,78	1,09
Media	-10,71	4,15	-10,11	0,74	0,51
Mínimo	-128,54	-46,66	-271,55	-21,95	-53,27
Máximo	36,71	170,41	21,80	20,41	53,28
<b>Flujo de Fondos Operativos (FF_AT)</b>					
Mediana	3,55	0,00	-0,72	1,87	-
Media	-1,22	-0,39	-9,29	2,75	-
Mínimo	-127,00	-42,89	-266,70	-10,05	-
Máximo	25,12	29,16	83,33	17,65	-
<b>Estado de Efectivo (E_AT)</b>					
Mediana	0,55	1,88	0,36	0,48	0,56
Media	1,95	4,28	1,01	1,19	1,33
Mínimo	0	0,01	0,00	0,00	0,03
Máximo	31,38	41,99	25,73	13,72	9,42

<b>Volumen de Negocios (V_AT)</b>					
Mediana	23,58	53,60	23,40	23,98	38,93
Media	35,84	57,33	33,04	44,92	46,70
Mínimo	0,00	0,00	0,00	1,80	8,45
Máximo	117,35	206,73	154,95	286,41	116,34
<b>Índice de Endeudamiento (D_PN)</b>					
Mediana	133,53	284,74	64,87	87,01	61,12
Media	241,31	352,76	371,66	311,31	75,00
Mínimo	0,25	16,77	0,04	26,46	12,79
Máximo	2020,32	984,79	21167,5	6491,88	232,83
<b>Índice de Capital de Trabajo (CT_AT)</b>					
Mediana	-0,32	-23,23	4,46	-0,26	62,07
Media	-24,25	-44,40	11,69	-3,93	61,46
Mínimo	-263,86	-330,71	-90,85	-66,3	30,05
Máximo	44,50	25,11	99,95	36,25	88,66

*Fuente:* elaboración propia

## 5. Discusión

El análisis estadístico del comportamiento de los ratios financieros permitió caracterizar a las empresas cotizantes de cada uno de los mercados bursátiles.

Se tomaron las empresas que cotizan en sus respectivas Bolsas, debido a que están obligadas a presentar sus estados contables para brindar información útil en la toma de decisiones de usuarios externos.

Entre las limitaciones más importantes podemos mencionar el reducido número de empresas que cotizan en las bolsas latinoamericanas, a excepción de Brasil, y la escasa cantidad de empresas con signos de crisis. No obstante ello, al considerar varios períodos anuales en cada caso, el número de observaciones aumenta, calificando a la muestra de representativa (Díaz et al., 2001 y Sandín y Porporato, 2007). Esto trae como consecuencia, la imposibi-

lidad de realizar un análisis por sector, ya que existen sectores con pocas empresas y en algunos casos con una nula cantidad de empresas en crisis.

Por otro lado, se decidió considerar dos categorías (crisis y sanas) en la variable respuesta, ya que no existen datos suficientes para subclasificar a la categoría en crisis en proceso judicial, empresas recuperadas, entre otras (Jones y Hensher, 2004).

Los resultados obtenidos se pueden extrapolar al resto de las organizaciones en la economía. Así, gerentes, asesores e inversores no sofisticados en estos países pueden medir y comparar los ratios de la empresa objeto de análisis con los valores de referencia, aquí presentados. En este caso, se obtuvo como valor de referencia, el valor mediano de las medianas <sup>1</sup> de cada uno de los ratios de los mercados bajo estudio (Tablas 4 y 5). Éstos pueden ser de utilidad para indicar, a un momento determinado, en qué estado se encontraría una empresa en función de sus ratios (Tabla 6).

**Tabla 6**

*Valores de referencia para evaluar empresas en riesgo de crisis financiera*

<b>Ratio</b>	<b>Empresa Sana (%)</b>	<b>Empresa en Crisis (%)</b>
Rentabilidad	5,85	1,09
Flujo de fondos operativos	8,31	0,94
Estado de Efectivo	1,62	0,48

*Fuente:* elaboración propia

De lo anterior se desprende que, por ejemplo, si una empresa presenta niveles de rentabilidad alrededor del 1 % o menores, habrá que estar atento al comportamiento de los demás ratios porque podría tratarse de una empresa que tenga una situación financiera desfavorable; mientras que si sus valores de rentabilidad son mayores y cercanos a un 5 %, se esperarí que la misma no presente estos signos de vulnerabilidad financiera.

<sup>1</sup> De cada ratio, en cada país, se calcula la mediana como medida que no se desvirtúa ante la presencia de valores extremos en los ratios. Luego, de todas esas medianas se calcula nuevamente como medida representativa el valor mediano y ese es considerado el valor de referencia.

## 6. Conclusiones

Debido al interés por evaluar los resultados futuros del gerenciamiento empresarial para predecir a mediano plazo, procesos de gestación e instalación de estados de vulnerabilidad financiera, y a la necesidad de las entidades financieras de controlar los riesgos a los que se enfrentan en su operativa comercial, surge la motivación de desarrollar modelos para gestionar estos riesgos.

Del análisis realizado se desprende que los ratios tienen un comportamiento que diferencia a las empresas en cada grupo según su estado, ya que las empresas en crisis tienen menor índice de rentabilidad, menor liquidez y mayor endeudamiento que las empresas sanas. Descriptivamente, estos ratios discriminan a las empresas en ambos grupos (con crisis y sin ella).

Se puede concluir, que el presente trabajo dio respuesta a las preguntas de investigación planteadas, en cuanto a qué factores resultaron determinantes de la situación de crisis de las empresas cotizantes en los mercados latinoamericanos bajo análisis. A partir de ello, se pudieron construir valores de referencia de los ratios financieros que permitirán clasificar a una nueva empresa (en sana o en crisis) en un momento determinado en función de la información que proveen sus propios índices.

Estos métodos descriptivos permiten justificar el uso de determinados ratios en modelos de predicción de crisis para empresas de economías emergentes, como las latinoamericanas, y avanzar en la modelización de la probabilidad de que una empresa pueda ingresar o no en un estado de crisis financiera.

Futuras líneas de investigación podrían avanzar en el desarrollo de estos modelos específicos de predicción de crisis con la impronta de que se trata de economías latinoamericanas y que difieren de los países desarrollados, para los que originalmente se desarrollaron estos modelos.

## 7. Referencias

- ALTMAN, E. (1968). Financial ratios, discriminant analysis and the prediction of corporate bankruptcy. *Journal of Finance*, 23 (4), pp. 589-609.
- . (1993). *Corporate Financial Distress and Bankruptcy*. New York: John Wiley and Sons.

- BEAVER, W. (1981). *Financial reporting: an Accounting Revolution* Prentice Hall.
- CARO, N. (2013). Evaluación de riesgo de crisis financiera en empresas argentinas en los períodos 1993-2000 y 2003-2010. Tesis doctoral. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.
- CARO, N.; NICOLAS, M y LUJÁN, G. (2013). Los indicadores contables como factores determinantes para la predicción de crisis financiera en empresas de Argentina y Perú en XVIII Congreso Internacional de Contabilidad, Administración e informática, México.
- CARO, N (2015). Descripción de empresas en crisis financiera: el caso de Argentina en las décadas del 1990 y 2000. *Revista de Dirección y Administración de empresas*, 22, pp. 106-130.
- DÍAZ, M.; FERRERO, F.; DÍAZ, C.; STIMOLO, M. y CARO, N. (2001). Perfomance del análisis discriminante regularizado y la regresión logística en la predicción de crisis financieras, *Revista de la Sociedad Argentina de Estadística*, Vol. 5, N° 1-2, pp. 33-45.
- FITZPATRICK, P. (1932). *A comparision of ratios of successful industrial enterprises with hoseof failed firms*. Certified Public Accountant; octubre, noviembre y diciembre, pp. 598-731.
- IBARRA, A (2006). Una perspectiva sobre la evolución en la utilización de las razones financieras o ratios. *Pensamiento y Gestión N° 21*. Universidad del Norte, pp. 234-271.
- JONES, S. y HENSHER, D. (2004). Predicting firm financial distress: A mixed logit model. *The Accounting Review*, 79 (4), pp. 1011-1039.
- MERWIN, C. (1942). Financing small corporations in five manufacturing industries, 1926-36. *New York National Bureau of Economics Research*.
- MONGRUT MONTALVÁN, S.; ALBERTI DELGADO, F.; FUENZALIDA O'SHEE, D. y AKAMINE YAMASHIRO, M. (2011) Determinantes de la insolvencia empresarial en el Perú. Academia. *Revista Latinoamericana de Administración* 47: 126-139.
- SANDÍN, A. y PORPORATO, M. (2007). Corporate bankruptcy prediction models applied to emerging economies. Evidence from Argentina in the years 1991-1998. *International Journal of Commerce and Management*, 17 (4), pp. 295-311.
- VALENCIA, A. M. (2010). Cuantificación del riesgo operativo en entidades financieras en Colombia. *Cuadernos de Administración*, 23 (41), pp. 185-211.

- WINAKOR, A y SMITH, R (1935). Changes in financial structure of unsuccessful industrial companies. *Bureau of Business Research, Bulletin N° 51, University of Illinois.*
- ZUBELDIA, A. M. y LERTXUNDI, A. L. (2015). Crisis financiera, racionamiento de crédito y relación bancaria de las pyme españolas. *Cuadernos de Administración*, 28 (50).

## Anexo

## Listado de empresas por país

N°	Empresa Peruanas	Estado
1	Acumuladores Etna	Sana
2	Agro Ind. Paramonga	Sana
3	Alicorp S.A.	Sana
4	Atacocha	Sana
5	Austral Group S.A.	En crisis
6	Buenaventura	Sana
7	Casa Grande S.A.	En crisis
8	Cemento Andino	Sana
9	Cementos Pacasmay	Sana
10	Ceper	En crisis
11	Cervec.San Juan S.A	Sana
12	Chiquitoy S.A.	En crisis
13	Chucarapi-Pampa Bla	En crisis
14	Cia.Cerv.del Sur	Sana
15	Corp Cerámica	Sana
16	Derivados del Maiz	En crisis
17	Edelnor	Sana
18	El Brocal	Sana
19	Electro Dunas S.A.A	Sana
20	Electro Sur Este	Sana
21	Electroperu S.A.	Sana
22	Em.Agr.Az.Andahuasi	En crisis
23	Em.Agr.San Juan	Sana
24	Emp.Elec.de Piura	Sana
25	Emsal	Sana
26	Enersur S.A.	Sana
27	Eternit	Sana
28	Fabritex	En crisis
29	Gloria	Sana
30	Hidrandina	Sana
31	Hidrostral	Sana
32	Ieqsa	Sana
33	Indeco	Sana
34	Lima Caucho	En crisis
35	Luz del Sur S.A.	Sana
36	Mepsa	Sana
37	Minsur	Sana
38	Morococha	En crisis
39	Perubar	Sana
40	Quimpac	Sana
41	Record	Sana
42	San Jacinto S.A.A.	En crisis
43	Santa Luisa	Sana
44	Sedapal S.A.	En crisis
45	SIAM	Sana
46	Siderperu	En crisis
47	Soc.Min.Cerro Verde	Sana
48	Soc.Minera Corona	Sana
49	Volcan	Sana
50	Yura S.A.	Sana

N°	Empresa Chilenas	Estado
1	Aesgener	Sana
2	Agricultor	Sana
3	Agunsa	Sana
4	Almagro	Sana
5	Anasac	Sana
6	Andina	Sana
7	Andromaco	Sana
8	Bajodemena	En crisis
9	Bata	En crisis
10	Blumar	Sana
11	Canalistas	Sana
12	Carrera	En crisis
13	Casablanca	Sana
14	Cct	Sana
15	Ccu	Sana
16	Cementos	Sana
17	Cgedistro	Sana
18	Chilectra	Sana
19	Cholguan	Sana
20	Cic	En crisis
21	Cintac	Sana
22	Circulo	Sana
23	Clubcampo	En crisis
24	Cocesa	Sana
25	Cochrane	En crisis
26	Colbun	Sana
27	Colocolo	Sana
28	Coloso	Sana
29	Comvina	En crisis
30	Conchatoro	Sana
31	Copefrut	Sana
32	Copeval	Sana
33	Cordillera	En crisis
34	Coresa	Sana
35	Corpesca	Sana
36	Cristales	Sana
37	Ctc	Sana
38	Ctc Mundo	Sana
39	Cti	Sana
40	Ecl	Sana
41	Edelmag	Sana
42	Edelpa	Sana

43	Elecda	Sana
44	Elecmetal	Sana
45	Eliqsa	Sana
46	Embonor	En crisis
47	Emel	Sana
48	Emelari	Sana
49	Emelat	Sana
50	Emiliana	Sana
51	Enacar	En crisis
52	Enaex	Sana
53	Endesa	Sana
54	Enersis	Sana
55	Entel	Sana
56	Espana	Sana
57	Essbio	Sana
58	Estacionam	Sana
59	Esval	Sana
60	Exmasisa	Sana
61	Fepasa	Sana
62	Forus	Sana
63	Fosforos	Sana
64	Hipermerc	En crisis
65	Hornos	En crisis
66	Iansa	Sana
67	Iansagro	Sana
68	Indalsa	En crisis
69	Indisa	Sana
70	Infodema	Sana
71	Inforsa	Sana
72	Ingsalud	Sana
73	Invermar	En crisis
74	Invernova	En crisis
75	Ipal	Sana
76	Kopolar	Sana
77	Las Condes	Sana
78	Leasnac	En crisis
79	Litoral	Sana
80	Madeco	En crisis
81	Marbellacc	En crisis
82	Melon-Old	Sana
83	Molymet	Sana
84	Muelles	Sana
85	Multifoods	En crisis

86	Parauco	Sana
87	Paz	Sana
88	Polpaico	Sana
89	Pucobre	Sana
90	Puerto	Sana
91	Puyehue	En crisis
92	Renturbana	Sana
93	Rio Maipo	Sana
94	San Pedro	Sana
95	Santa Rita	Sana
96	Santana	Sana
97	Schwager	En crisis
98	Siemel	Sana
99	Sofruco	Sana
100	Sonda	Sana
101	Sopraval	Sana
102	Soprocal	Sana
103	Sqm	Sana
104	Tattersall	Sana
105	Telcoy	Sana
106	Telsur	Sana
107	Undurraga	Sana
108	Vapores	Sana
109	Ventanas	Sana
110	Viconto	Sana
111	Victoria	En crisis

<b>N°</b>	<b>Empresa Colombianas</b>	<b>Estado</b>
1	Bavaria	Sana
2	Carbones del Caribe	En crisis
3	Carton Colombia	Sana
4	Carulla Vivero SA	Sana
5	Cementos Argos	Sana
6	Cine Colombia	Sana
7	Clinica Marly	Sana
8	Coltabaco	Sana
9	Coltejer	En crisis
10	Computec	Sana
11	Concreto	En crisis
12	Corferias	Sana
13	Ecopetrol	Sana
14	Emp. Telecom. Bogota	Sana
15	Enka Colombia	En crisis
16	Estra	En crisis
17	Eternit Colombiana	Sana
18	Éxito	Sana
19	FG Cundinamarca	Sana
20	Fond Gan Córdoba	Sana
21	Fond Gan del Centro	En crisis
22	G Siderurgico Diaco	Sana
23	Gas Natural S.A.	Sana
24	Ind.Nac.Gaseosas S.	Sana
25	Isa Interconex Elec	Sana
26	Isagen S.A. Esp	Sana
27	Mancemento	Sana
28	Mineros S.A.	Sana
29	Nutresa	Sana
30	Paz del Rio	En crisis
31	Promigas	Sana
32	Tablemac	Sana
33	Terpel Sur SA	Sana
34	Tex Fabricato Tejic	En crisis

N°	Empresa Argentinas	Estado
1	Agrometal	Sana
2	Aluar	Sana
3	C Della Penna	En crisis
4	Camuzzi Gas Pamp.	Sana
5	Capex	Sana
6	Caputo	Sana
7	Carboclor	En crisis
8	Celulosa Argentina	Sana
9	Colorín	En crisis
10	Cía. Arg. Com. Rivad.	En crisis
11	Distrib. Gas Cuyana	Sana
12	Domec	Sana
13	Dycasa	Sana
14	Emdersa	Sana
15	Edenor	Sana
16	Endesa Costanera	Sana
17	Ferrum	Sana
18	Fiplasto	Sana
19	Gas Natural Ban	Sana
20	Gofre, Carbone y Cía.	En crisis
21	Grafex	Sana
22	Grimoldi	Sana
23	Hulytego	En crisis
24	Imp. Y Exp. De la Patag.	Sana
25	Juan Minetti	Sana
26	Ledesma	Sana
27	Longvie	Sana
28	Mirgor	Sana
29	Molinos Juan Semino	Sana
30	Molinos Río de la Plata	Sana
31	Morixe Hnos.	Sana
32	Pertrak	En crisis
33	Petrolera Conosur	En crisis
34	Quickfood	Sana
35	Rigolleau	Sana
36	S.A. San Miguel	Sana
37	Siderar	Sana
38	Sniafa	En crisis
39	Soc. Com. Del Plata	En crisis
40	Socotherm Americas	En crisis
41	Telecom	En crisis
42	Telefónica de Arg.	Sana

43	Transener	En crisis
44	Transp.Gas del sur	Sana

N°	Empresa Brasileiras	Estado
1	AES Sul	Sana
2	AES Tiete	Sana
3	Afluyente	Sana
4	AGconcessoes	Sana
5	Agra Incorp	Sana
6	Aliperti	Sana
7	All Amer Lat	Sana
8	Alpargatas	Sana
9	Americel	Sana
10	Ampla Energ	Sana
11	Azevedo	Sana
12	B2W Varejo	Sana
13	Bandeirante Energ	Sana
14	Bardella	Sana
15	Baumer	Sana
16	Bic Monark	Sana
17	Botucatu Tex	En crisis
18	BR Malls Par	Sana
19	Braskem	Sana
20	Buettner	En crisis
21	Cacique	Sana
22	Cambuci	Sana
23	Casan	Sana
24	CC Des Imob	Sana
25	CCR SA	Sana
26	Ceb	Sana
27	Cedro	Sana
28	Ceee-Gt	Sana
29	Ceg	Sana
30	Celpa	En crisis
31	Celpe	Sana
32	Celul Irani	Sana
33	Cemar	Sana
34	Cemat	Sana
35	Cemig	Sana
36	Cesp	Sana
37	Chiarelli	En crisis
38	Cielo	Sana
39	Coelba	Sana
40	Coelce	Sana
41	Comgas	Sana
42	Company	Sana

43	Confab	Sana
44	Copasa	Sana
45	CPFL Geracao	Sana
46	CPFL Piratininga	Sana
47	Cremer	Sana
48	Cyrela Realty	Sana
49	Dasa	Sana
50	Dimed	Sana
51	Direcional	Sana
52	Dohler	Sana
53	Duratex	Sana
54	Elekeiroz	Sana
55	Elektro	Sana
56	Elektrobras	Sana
57	Eletropaulo	Sana
58	Emae	Sana
59	Embraer	Sana
60	Enersul	Sana
61	Escelsa	Sana
62	Eternit	Sana
63	Even	Sana
64	Fab C Renaux	En crisis
65	Fer C Atlant	Sana
66	Fer Heringer	Sana
67	Ferbasa	Sana
68	Fibam	Sana
69	Fibria	Sana
70	Forjas Taurus	Sana
71	Fras-Le	Sana
72	Gafisa	Sana
73	Gol	Sana
74	Grazziotin	Sana
75	Grendene	Sana
76	Guararapes	Sana
77	Helbor	Sana
78	Hypermarcas	Sana
79	Iguacu Cafe	Sana
80	Iguatemi	Sana
81	Ind Cataguas	Sana
82	Inds Romi	Sana
83	Itautec	Sana
84	JBS	Sana
85	Joao Fortes	Sana

86	Josapar	Sana
87	Karsten	Sana
88	Klabin S/A	Sana
89	Lark Maqs	En crisis
90	Le Lis Blanc	Sana
91	Localiza	Sana
92	Log-In	Sana
93	Lojas Renner	Sana
94	Lupatech	Sana
95	M. Diasbranco	Sana
96	Marcopolo	Sana
97	Marfrig	Sana
98	Marisol	Sana
99	Melhor SP	Sana
100	Mendes Jr	Sana
101	Met Duque	Sana
102	Metal Iguacu	Sana
103	Metal Leve	Sana
104	Metalfrio	Sana
105	Metisa	Sana
106	Millennium	Sana
107	Minasmaquinas	Sana
108	Minerva	Sana
109	MRV	Sana
110	Multiplan	Sana
111	Mundial	Sana
112	Nadir Figuei	Sana
113	Net	En crisis
114	Oderich	Sana
115	Odontoprev	Sana
116	Oi	Sana
117	P.Acucar-Cbd	Sana
118	Panatlantica	Sana
119	Paul F Luz	Sana
120	Pettenati	Sana
121	Positivo Inf	Sana
122	Profarma	Sana
123	Providencia	Sana
124	RaiaDrogasil	Sana
125	Randon Part	Sana
126	Rimet	Sana
127	Rio Gde Ener	Sana
128	Riosulense	Sana

129	Rodobensimob	Sana
130	Rossi Resid	Sana
131	Sabesp	Sana
132	Sanepar	Sana
133	Santanense	Sana
134	Sao Carlos	Sana
135	Saraiva Livr	Sana
136	Schlosser	En crisis
137	Schulz	Sana
138	Sid Nacional	En crisis
139	Sondotecnica	Sana
140	Souza Cruz	Sana
141	Sultepa	Sana
142	Suzano Papel	Sana
143	Tecnosolo	En crisis
144	Tegma	Sana
145	Teka	En crisis
146	Tekno	Sana
147	Telef Brasil	En crisis
148	Telemar	En crisis
149	Tenda	Sana
150	Totvs	Sana
151	Tractebel	Sana
152	Usiminas	Sana
153	Valid	Sana
154	Viavarejo	Sana
155	Vicunha Text	Sana
156	Viver	Sana
157	Wetzel	Sana



# LA PERCEPCIÓN DEL MARKETING RESPONSABLE EN BANCOS

*INGARAMO, Eduardo*  
*Licenciado en Administración*  
*Universidad Católica de Córdoba*  
*Correo: ingacasa1@gmail.com*

## **Introducción**

El presente trabajo ha sido elaborado en base a la investigación realizada por la Cátedra del Seminario de Investigación de Mercados —Cátedra B— de la Facultad de Ciencias Económicas y Administración de la Universidad Católica de Córdoba y sus alumnos inscriptos en 2015.

### ***Planteamiento del problema***

Los bancos en Argentina fuertemente cuestionados en 2002 por la ruptura de los contratos de depósito (corralito y corralón) y la pesificación asimétrica dispuesta por el gobierno.

Mientras que actualmente se destacan las objeciones por sus grandes ganancias de los últimos años y por la gran cantidad de quejas de los usuarios en las oficinas de defensa de los consumidores

Por ello, son un caso que merece ser analizado.

El problema central tratado por la presente investigación se orienta hacia la relación con sus clientes individuales en cuanto a sus percepciones respecto a:

1. La imagen que proyectan
2. La calidad de la atención en las diversas modalidades de prestación de servicios —personal, telefónica, página web, cajeros automáticos y cajas de autoservicio—,
3. La solvencia,
4. El costo de los servicios,
5. La transparencia mostrada
6. Sus aportes al desarrollo local
7. El conocimiento del Balance Social del Banco del que es cliente
8. Las acciones de responsabilidad y
9. Las publicidades que emiten

**Palabras Clave:** marketing – responsabilidad – bancos – clientes – percepciones.

## **Abstract**

This work has been elaborated on the basis of the research carried out by the Market Research Seminar Chair -Chair B- of the Faculty of Economic Sciences and Administration of the Catholic University of Córdoba and its students enrolled in 2015.

## ***Raising the Problem***

Banks in Argentina were strongly questioned in 2002 due to the rupture of the deposit contracts (corralito and corralón) and the asymmetric pesification ordered by the government.

While currently the objections stand out because of their large profits in recent years and the large number of complaints from users in the consumer defense offices.

Therefore, they are a case that deserves to be analyzed.

The central problem addressed by this research is oriented towards the relationship with your individual clients in terms of their perceptions of you:

1. The image they project
2. The quality of care in the various modalities of service provision —personal, telephone, website, ATMs and self-service cashiers—,
3. Solvency,
4. The cost of services,
5. The transparency shown
6. Your contributions to local development
7. Knowledge of the Social Balance of the Bank of which you are a customer
8. Actions of responsibility and
9. The advertisements that emit

**Keywords:** marketing – responsibility – banks – customers – perceptions

## Marco Teórico

### *Evolución histórica*

La historia sirve para ver la evolución de los conceptos, los valores, modelos, sistemas, herramientas, procedimientos y actitudes en el contexto que se fueron dando, tanto como para no perderlos, recuperarlos si fuera necesario, así como no reiterarlos si fueran dañinos.

La dinámica competitiva, suele actuar centrando su atención en el corto plazo, por lo que con frecuencia pierde su sentido y el rumbo de los valores humanos, por lo cual es necesario de vez en cuando debatir sobre ellos, alcanzar nuevos objetivos mínimos comunes y plantear los nuevos desafíos que revela el nuevo conocimiento humano, pensando en el mediano y largo plazo.

Así evitaremos caer en la búsqueda de culpables, sin comprender sus circunstancias o sin buscar soluciones que nos permitan hacernos responsables y abrigar la esperanza de un mundo mejor.

El Marketing (o comercialización) responsable, une dos conceptos cuya evolución a lo largo de los tiempos ha tenido nacimiento casi conjunto cuando las poblaciones se reunieron en ciudades y esa cercanía les exigió establecer reglas de convivencia entre productores, mercaderes y consumidores.

Por ello la evolución la describiremos en dos vectores, la comercialización misma y la responsabilidad con el otro.

La evolución histórica de la comercialización tiene un comienzo no muy apreciado por los pensadores de entonces.

Solo cuando comenzó a extenderse más allá de las fronteras de los Estados-Ciudades obtuvo un reconocimiento del valor que generaba, por lo que fue aceptada casi como un mal necesario si no exageraba la obtención de lucro y se planteaba como forma de obtener recursos para la caridad.

En los tiempos modernos, parecía innecesario un esfuerzo de comercialización en la medida que se suponía que la oferta creaba su propia demanda, pero la crisis de 1930 replanteó ese principio.

Se hizo evidente que la creación de demanda dependía de la distribución del ingreso y la riqueza, además de exigir a las empresas esfuerzos crecientes de comercialización, aprovechando los aportes de otras disciplinas que procuraban explicar el comportamiento de los consumidores.

Hoy, ni el consumo compulsivo, por el consumo mismo, ni la obtención del lucro por el lucro mismo, tienen buena prensa y están en el centro de las discusiones.

El crecimiento de la población y del consumo de cada una de ellas está preparando el camino del agotamiento o la destrucción de los recursos, a la vez que la inequitativa distribución del ingreso y la riqueza genera una disminución de la demanda agregada, que pone en crisis las economías, renovando bajo nuevas variables las dos discusiones históricas que tuvo la comercialización.

### *Aristóteles (384-322 A.C.)*

El gran filósofo griego en su libro *La política*, afirmaba que la política propiamente dicha —o sea la lucha y la distribución del poder—, la ética —los valores que las guiaban— y la economía —como ciencia arquitectónica de la sociedad—, formaban LA POLÍTICA (con mayúsculas).

Lateralmente mencionaba la “crematística”<sup>1</sup> como arte de acumular dinero por el dinero que era despreciada en una sociedad que producía para autoconsumo y en el mejor de los casos vendía excedentes en el mercado de la ciudad amurallada cercana.

Por lo que, los mercaderes que gozaban del privilegio de un puesto en el mercado compraban a los productores a bajo precio y vendían a alto precio a los consumidores, eran despreciados como “usureros”.

### *Santo Tomás de Aquino (1224-1274)*

En su pensamiento, acepta la acumulación si luego ese capital se deriva para fines virtuosos como la caridad, tomando reiteradamente los conceptos aristotélicos, en lo que podríamos considerar la primera vinculación positiva entre la ciencia y la religión, o entre la economía y la responsabilidad.

### *Economía civil y Economía Política*

Con el término economía civil, se entiende ante todo una corriente de pensamiento e interpretación de la economía, que incluye una teoría econó-

---

<sup>1</sup> La **crematística** (del griego *khrema*, la riqueza, la posesión) planteada por [Tales de Mileto](#) es el arte de hacerse rico, de adquirir riquezas. Según [Aristóteles](#), la acumulación de dinero por dinero es una actividad *contra natura* que deshumaniza a aquellos que a ella se libran. Aristóteles muestra en numerosos textos, incluida la [Ética a Nicómaco](#) y la [Política](#), la diferencia fundamental entre economía y crematística: el comercio trueca dinero por bienes, y la usura transforma el dinero a partir del dinero. Ni uno ni otro producen algo, por lo que todos resultan condenables desde el punto de vista ético filosófico. Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Cremat%C3%ADstica>

mica del mercado fundada sobre los principios de reciprocidad y de fraternidad, como una alternativa al capitalismo.

Nacida en 1753, con Antonio Genovesi (1713-1769), previo a La Riqueza de las Naciones (1776), la obra cumbre de la Economía Política de Adam Smith (1723-1790) cayó rápidamente en el olvido —salvo en la Revolución Francesa (1789), que se movilizaba por la “libertad, igualdad y fraternidad” que devino por la intervención jacobina en “libertad, igualdad y solidaridad”.

Es esta semilla histórica, guardada por siglos, la que florece cuando comenzamos a hablar de Responsabilidad social y Marketing responsable.

### *Teorías del comportamiento*

La economía política encontró en Alfred Marshall (1842-1924) a quien elaboró una teoría que intentaba explicar el comportamiento humano en base a la oferta y la demanda, determinada por las curvas de utilidad de cada individuo.

Así, la teoría económica basada en el principio de escasez —que llevaba a Jean Baptiste Say a decir “la oferta crea su propia demanda”—, encontró su justificación teórica en el comportamiento humano.

Pero en 1930 la crisis financiera, producida por la sobreproducción sin distribución, generó dos cambios fundamentales:

1. El producido en la macro-economía política por John Maynard Keynes que afirmó que “la demanda produce su oferta” y generó una fuerte intervención del Estado en producir redistribución y aumento de demanda.
2. El producido en la micro-economía y el Marketing en especial, desde la **Teoría del aprendizaje** por Iván Pavlov (1849-1936) que explicaba la lealtad a las marcas como un caso particular de reflejo condicionado, lo que permitía una menor afectación de las “primeras marcas” ante la caída o insuficiencia de demanda.

Como consecuencia de ello las empresas que no tenían primeras marcas, o aún las que poseyéndolas pretendían más, recurrieron a explicar el comportamiento de consumo con la **Teoría psicológica** de Sigmund Freud (1856-1939) que explica las motivaciones por el sexo y agresividad o poder, con sus consecuencias en la publicidad.

Ya en la posguerra se impone la **Teoría sociológica** —**Torstein Veblen** (1857-1929)—, que explica el comportamiento de consumo desde los roles y el institucionalismo social hizo lo suyo en la segmentación de los merca-

dos, ya que era visible que no podían hacerse las mismas políticas comerciales para distintos públicos.

Avanzada la Economía del Bienestar en lo político, la demanda de nuevos productos se estancaba y entonces las **Teorías psicosociológicas** basadas en el deseo no ya a “tener”, sino a pertenecer, a parecerse a los líderes, a estar “a la moda” determinan los perfiles de conducta que llamamos “fashion” —si estamos de acuerdo— o “consumismo” —si somos críticos— a través de un producto imaginario que asocia el producto, su consumo o exhibición con nuestras aspiraciones y fantasías.

Finalmente, agotado —por la nueva concentración de riqueza e ingreso— el modelo del deseo mutó en la **compra por miedo** que explicó Zigmunt Bauman (1925) quien en sus libros *Modernidad líquida* y *Miedo líquido* afirma que:

*“La economía de consumo depende de la producción de consumidores y los consumidores que hay que producir para el consumo de productos “contra el miedo” tienen que estar atemorizados y asustados, al tiempo que esperanzados de que los peligros que tanto temen puedan ser forzados a retirarse y de que ellos mismos sean capaces de obligarlos a tal cosa (con ayuda pagada de su bolsillo, claro está)”.*

Y agrega: *“Así, frecuentemente poner distancia del otro peligroso, nos blinda. De allí que las relaciones con los objetos y con las personas sean “líquidas”, fugaces, precarias, inconsistentes, defensivas, sustituibles, carentes de compromiso, todo lo cual transforma el natural gregarismo de la condición humana en una dispersión de islotes solitarios y cercados por el pánico.”*

Hoy estamos frente a un nuevo paradigma del marketing, el **Marketing responsable**, forzado por la acción de consumidores organizados en redes sociales que han producido:

1. Juicios y quiebras millonarias a empresas,
2. Remoción de equipos de dirección de importantes empresas que no respetan:
  - a. El ambiente,
  - b. Los derechos humanos,
  - c. Las relaciones éticas con sus trabajadores,
  - d. Las relaciones con:
    - i. Sus clientes y consumidores,
    - ii. Con la política, las finanzas o el Estado y
    - iii. Con las comunidades locales en las que están insertas.

## Estado del arte

El marketing es un aspecto importante de cualquier empresa que asegura que sus clientes son conscientes de sus productos, servicios y su marca.

Para ello es clave, comunicar su historia con eficacia y lograr así una comercialización efectiva.

Por ello, con el uso del marketing responsable, una empresa tiende a hablar a sus públicos de sus iniciativas sociales y ambientales, integrándolo en su plan de marketing para mejorar la imagen de su marca y atraer clientes a sus productos y servicios.

Se habla de Marketing responsable cuando nos referimos a:

- Productos aprobados que no ocultan sus características potencialmente dañinas.
- Productos y servicios que no imponen condiciones sin retorno a sus clientes mediante contratos de adhesión y respetan rigurosamente lo acordado
- Que respeten los derechos humanos de minorías étnicas o sociales, niños, mujeres y ancianos
- Que en su producción se respeten los derechos laborales de sus trabajadores
- Respetando el medio ambiente.
- Promocionando sin ser asociados a comportamientos antisociales, discriminadores, consumismo o uso abusivo, etc.

La subcategoría referida a la responsabilidad sobre productos de la Guía GRI G4 establece los siguientes aspectos:

- Salud y seguridad de los clientes
- Etiquetado de los productos y servicios
- Comunicaciones de mercadotecnia
- Privacidad de los clientes
- Cumplimiento regulatorio

Mientras que el Suplemento Sectorial de Entidades Financieras establece los siguientes aspectos e indicadores.

## Sección de Impacto de Productos y Servicios

### ENFOQUE DE GESTIÓN DE IMPACTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ESPECÍFICO PARA EL SECTOR DE SERVICIOS FINANCIEROS

Aspecto	Información
Cartera de Productos	<b>FS1</b> Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicadas a las líneas de negocio.
	<b>FS2</b> Procedimientos para la evaluación y el control de riesgos sociales y mediambientales en las líneas de negocio.
	<b>FS3</b> Procesos para monitorizar <sup>2</sup> la implementación por parte de los clientes de los requisitos sociales y mediambientales incluidos en contratos o transacciones.
	<b>FS4</b> Proceso(s) para mejorar la competencia de los empleados para implementar las políticas y procedimientos mediambientales y sociales aplicados a las líneas de negocio.
	<b>FS5</b> Interacciones con clientes/sociedades participadas <sup>3</sup> /socios empresariales en relación a los riesgos y oportunidades mediambientales y sociales.

### INDICADORES DE DESEMPEÑO DE IMPACTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ESPECÍFICOS PARA EL SECTOR DE SERVICIOS FINANCIEROS

Aspecto	Indicador
Cartera de Productos	<b>FS6</b> Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión (ej.: microempresas/PYMES/grandes) y el sector de actividad.
	<b>FS7</b> Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.
	<b>FS8</b> Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.

<sup>2</sup> Gerald ZALTMAN. Profesor de Harvard. Ver <http://www.olsonzaltman.com/>

Aspecto	Indicador
Auditoría	<b>FS9</b> Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas medioambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.
Activismo Accionarial <sup>3</sup>	<b>FS10</b> Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la entidad con las que la organización informante ha interactuado en temas medioambientales y sociales.
	<b>FS11</b> Porcentaje de activos sujetos a controles mediambientales o sociales tanto positivos como negativos.
	<b>FS12</b> Política(s) de voto en asuntos mediambientales o sociales en participaciones sobre las cuales la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto.

## Sección Económica

### COMENTARIOS SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN ECONÓMICA DEL G3 ESPECÍFICO PARA EL SECTOR DE SERVICIOS FINANCIEROS

Aspecto	Comentario
Desempeño económico	<p><b>Comentario sobre el enfoque del desempeño económico:</b></p> <p>El enfoque de gestión debería incluir una explicación acerca de la estrategia de inversión en la comunidad o acción social<sup>4</sup> de la organización junto con los datos cuantitativos proporcionados sobre la misma (Ver EC1 y comentario relacionado). Esto debería identificar elementos de estrategia relacionados a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetivos de negocio para la acción social a través de cada tipo de acción social (ver abajo);</li> <li>• Los beneficios esperados para el destinatario y el propio negocio;</li> <li>• Resultados deseados/esperados de la actividad de acción social;</li> <li>• Cómo se identifican y gestionan las actividades de acción social;</li> <li>• Cómo se calcula el desempeño y el valor monetario.</li> </ul>

	<p>En determinadas regiones como América del Norte, el término “inversión en la comunidad” se refiere específicamente a la práctica de asegurar que una parte de los depósitos recibidos de una comunidad se devuelva a los miembros de la misma comunidad en forma de préstamos u otros servicios financieros. En el caso del presente protocolo, el término se utiliza más en términos generales y no se centra específicamente en este enfoque particular de inversión en la sociedad.</p>
--	---

### COMENTARIOS SOBRE INDICADORES ECONÓMICOS DEL G3 ESPECÍFICOS PARA EL SECTOR DE SERVICIOS FINANCIEROS

Aspecto	Comentario
Desempeño económico	<p><b>Comentario sobre EC1:</b></p> <p>Las entidades financieras deberían incluir y valorar elementos de sus programas de acción social utilizando la metodología de recogida de datos mencionada abajo. Sólo aquellos elementos que ofrecen un beneficio claro e identificable a la comunidad en el sentido más amplio deberían incluirse en éste indicador de distribución del valor generado. Los elementos deberían valorarse según el coste generado para la compañía.</p> <p>Las entidades financieras deberían proporcionar aparte un desglose de su acción social por área (p. ej. arte, educación, etc.) y normalizar las contribuciones como un porcentaje de ganancias antes de impuestos. Para una mejor comparación y comprensión, también pueden desglosarse según el área geográfica (como por ejemplo las principales regiones), según el tipo (costes de dinero, de tiempo, en especie y de gestión) y según la motivación.</p>

## Sección Ambiental

### COMENTARIOS SOBRE INDICACIONES DE MEDIOAMBIENTE DEL G3 ESPECÍFICOS PARA EL SECTOR DE SERVICIOS FINANCIEROS

Aspecto	Comentario
Emisión, Vertidos y Residuos	<p><b>Comentario sobre EN16</b></p> <p>El término “indirecto” se basa en las definiciones de directo e indirecto utilizadas en el Protocolo WRI-WBCSD GHG.</p> <p>Las entidades financieras deberían calcular las emisiones de gases de efecto invernadero (GHG) resultantes de sus viajes de negocio ya que esto representa uno de los principales impactos directos de las entidades financieras. Éste cálculo debería:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Incluir los viajes en nombre de la compañía o el uso de la flota de la compañía;</li> <li>– Incluir el uso de servicios de mensajería;</li> </ul> <p>La entidad financiera debería comprobar si el servicio de mensajería calcula sus propias emisiones de gases de efecto invernadero (GHG) para evitar el cómputo por duplicado.</p> <p>Si la entidad financiera también produce estimaciones relacionadas a emisiones de su cartera de financiación, éstas cifras deberían publicarse de manera separada de la información relacionada al EN16.</p>
	<p><b>Comentario sobre EN22</b></p> <p>Los principales tipos de flujos de residuos para la mayor parte de las entidades financieras son el papel y los productos informáticos</p>

### COMENTARIOS SOBRE INDICACIONES DE DERECHOS HUMANOS DEL G3 ESPECÍFICOS PARA EL SECTOR DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS

Aspecto	Comentario
Prácticas de Inversión y Abastecimiento	<p><b>Comentario sobre HR1</b></p> <p>Para los servicios financieros, “los contratos de inversión” hacen referencia a la gama de acuerdos de financiación que incluyen contratos bancarios estándar como por ejemplo acuerdos de</p>

	<p>préstamos y contratos de subvención así como contratos de seguros.</p> <p>Para activos bajo gestión, la entidad financiera podrá informar por medio del FS11 de si dispone de revisiones que explícitamente incluyan cláusulas de derechos humanos.</p> <p>Las políticas y los procedimientos dirigidos explícitamente a cuestiones relativas a los derechos humanos se abordan en los apartados FS1, FS2 y FS3.</p>
--	---

### INDICADORES DE DESEMPEÑO DE SOCIEDAD ESPECÍFICOS PARA EL SECTOR DE SERVICIOS FINANCIEROS

Aspecto	Indicador
Comunidad	<b>FS13</b> Puntos de acceso por tipo en áreas de escasa densidad de población o desfavorecidas económicamente.
	<b>FS14</b> Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a personas desfavorecidas.

### ENFOQUE DE GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS ESPECÍFICO PARA EL SECTOR DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS

Aspecto	Información
Etiquetado de Productos y Servicios	<b>FS15</b> Descripción de políticas para el correcto diseño y oferta de servicios y productos financieros.

### INDICADORES DE DESEMPEÑO DE RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS ESPECÍFICOS PARA EL SECTOR DE SERVICIOS FINANCIEROS

Aspecto	Información
Etiquetado de Productos y Servicios	<b>FS16</b> Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación financiera según el tipo de beneficiario.

### ***Fundamentación***

La base de toda la construcción de Global Reporting Initiative (GRI) se basa en que una gestión sostenible depende de la creación de riqueza en todas sus formas —ambiental, económica, humana – DDHH, educación y salud— y social.

En los servicios financieros, la responsabilidad implica una actitud preventiva y proactiva con mecanismos de auditoría y seguimiento de:

1. La entidad
2. Los clientes cuyos proyectos se financian
3. Las sociedades en las que participa
4. Los socios empresariales con los que comparte la gestión –y/o propiedad de las entidades-.
5. Sus empleados y
6. Las comunidades locales en las que están insertas.

En lo referido estrictamente al marketing en particular y las relaciones con sus clientes en general, el marco conceptual que se desarrolla en sus guías y suplementos, incluye la información que dispone:

1. Su educación financiera
2. Las facilidades de acceso —geográfico y por dificultades personales— con que cuenta, además de
3. Orientaciones para la sostenibilidad de inversores.

También busca que las acciones sociales realizadas tengan las mayores especificaciones posibles —objetivos, participación, resultados al finalizar y un seguimiento que pueda evaluar su eficacia y establecer correcciones—, de modo que tenga las mismas características de gestión que las actividades que generan rentabilidad, alejándose definitivamente de la caridad, la filantropía y el asistencialismo.

Es evidente que esas recomendaciones pueden ser puestas en práctica de modo gradual, pero mientras tanto deben comprometerse efectivamente con un plan establecido que muestre una decisión unívoca y definitiva.

Bajo estos fundamentos, la investigación toma algunos de ellos que pueden ser relevados en los clientes bancarios, a partir del supuesto que están al inicio del camino y carecen de la información, formación, reconocimientos de derechos y conciencia de la responsabilidad que cada uno tiene en la sostenibilidad en sus acciones diarias.

## ***Antecedentes***

La información sobre quejas relevadas en redes sociales —en la investigación preliminar— respecto a los bancos, se refieren a:

1. Problemas del personal —desarrollo, capacitación, reconocimiento, ascensos, etc.—.
2. Problemas operativos en los servicios prestados por los diversos medios disponibles.
3. Información insuficiente, confusa, difícil de interpretar o engañosas de sus operatorias.
4. Cobros —o pretensiones de cobro— indebidos —seguros, cargos administrativos, etc.—.
5. Mala atención.
6. Publicidades engañosas o discriminadoras.
7. No entrega de premios comprometidos.
8. Imágenes negativas por operatorias cuestionadas por falta de transparencia —lavado de activos, fondos buitres o holdouts, evasión impositiva, etc.—.

Lo que ha determinado los temas clave a relevar en el cuestionario cuali-cuantitativo.

## **Metodología**

### ***Objetivos***

#### *Objetivo General*

Conocer el comportamiento de bancos y el conocimiento, las percepciones, opiniones y comportamientos de sus clientes individuales respecto de aspectos considerados en la responsabilidad —o sostenibilidad— social empresarial.

#### *Objetivos particulares*

Relevar los aspectos más críticos de los bancos en gestiones orientadas a la sostenibilidad.

Segmentar los clientes bancarios según las variables de percepciones, opiniones y comportamientos

Establecer los componentes principales que determinan el comportamiento de los clientes

### ***Justificación***

Las gestiones orientadas a la sostenibilidad asumen compromisos de gestión y reporte que debieran avanzar en lograr procesos integrales, graduales y acumulativos, que son potencialmente conflictivos.

La competencia o la ausencia de ella en ese camino, promueven o condicionan esos avances.

También las percepciones de los clientes y sus exigencias —o la ausencia de ellas— aceleran o frenan estos procesos, que debieran producir beneficios o disminución de riesgos, para que las entidades afronten sus compromisos vertidos en los Informes de sostenibilidad/Balances sociales (todos los bancos relevados cuentan con él), además de exigir rigurosidad en su contenido y calidad, de acuerdo a las normas existentes.

Visibilizar estos análisis permite a los actores —Bancos y clientes— tomar conciencia sobre los temas planteados en el marco teórico y la investigación de campo realizada.

### ***Etapas***

El método utilizado incluye 5 etapas correspondientes a los trabajos prácticos elaborados en grupos de 4 o 5 alumnos sobre las entidades seleccionadas:

1. Etapa preliminar. Relevamiento de fuentes secundarias —artículos, etc.— y primarias accesibles en la web —quejas y críticas—, y del banco —reportes o balance social, páginas web, etc.—.
2. Etapa exploratoria. Entrevistas en profundidad con expertos y clientes bancarios, grupos focales con estímulos, análisis cualitativo de imágenes percibidas —arquetipos de las marcas— y el diseño de la investigación.
3. Etapa cuantitativa. Definición de variables e indicadores, definición de población, método de muestreo, método de relevamiento, elaboración y prueba de cuestionarios e instructivos a los encuestadores, elaboración de diccionario de datos en SPSS.

4. Relevamiento de datos en campo
5. Procesamiento de la información recolectada.

### ***Herramientas***

En el relevamiento se utilizó los formularios de Google Drive y en el procesamiento el software SPSS.

### ***Instrumentos***

En la etapa exploratoria se utilizaron técnicas de entrevistas en profundidad, la técnica de collage para la construcción de los aspectos relevantes de la imagen percibida y la escala ZMET de arquetipos de las marcas.

### ***Población***

Clientes individuales de los bancos seleccionados de la Ciudad de Córdoba, relevados en la 3° semana de septiembre de 2015.

### ***Unidad de Análisis***

Bancos con reportes de sostenibilidad / Balances Sociales con sucursales en la Ciudad de Córdoba.

### ***Método de relevamiento y muestreo. Tamaño de la muestra***

Encuesta personal con cuotas por banco, sexo y edad. Muestra 289 casos.

### ***Variables e indicadores***

Identificación del Banco  
    Sucursal

Caracterización de encuestados  
    Sexo  
    Rango de edad

Caracterización de la familia del encuestado

Cantidad de miembros de la familia

Cantidad de miembros que aportan

Nivel educativo del principal sostén del hogar (PSH)

Jerarquía laboral del principal sostén del hogar (PSH)

Cobertura de salud del principal sostén del hogar (PSH)

Comportamiento como cliente bancario

Tipo de cuentas que tiene en el banco

Cuentas en otros bancos

Opiniones, percepciones y conocimientos

Imagen del banco

Situación económica percibida en el último año

Situación económica prevista para el siguiente año

Solvencia de bancos

Costos bancarios

Transparencia

Sistemas on line

Responsabilidad social

Conocimiento de acciones de responsabilidad social del banco

Aportes al desarrollo local de los bancos

Gusto de las publicidades del banco

Lectura del Reporte o Balance social del banco

Publicidades engañosas

Publicidades discriminadoras

Evaluación del medios de atención del banco —personal, telefónica, página web, cajero automático y terminal de auto-

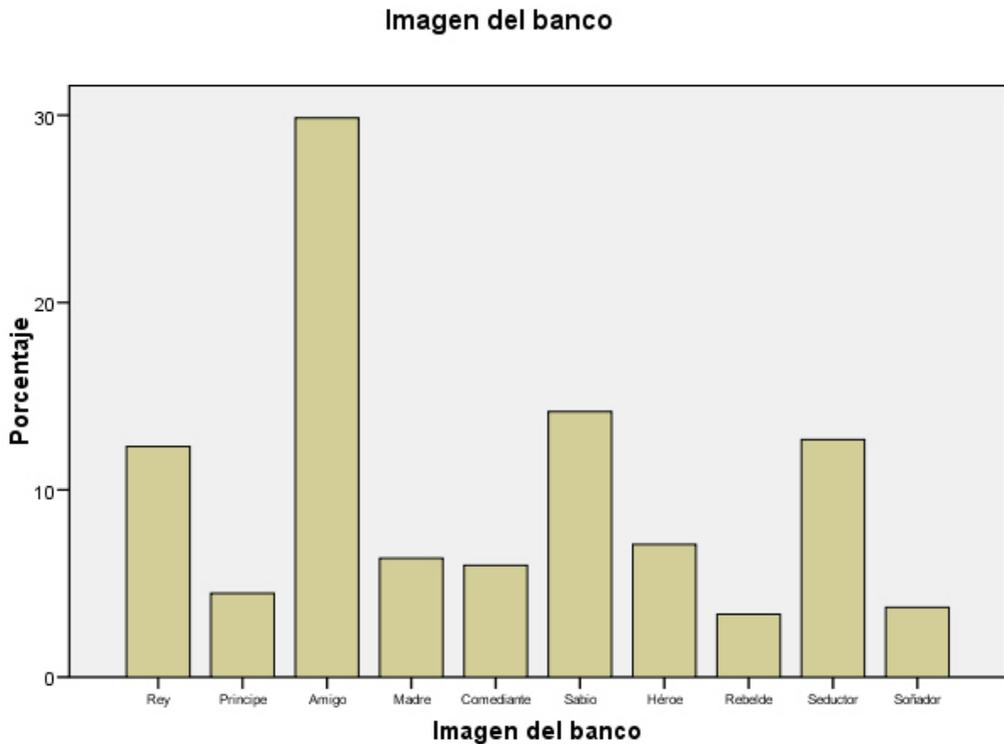
servicio—.

## Resultados

### *Análisis de percepciones*

La imagen de los bancos relevados es en general buena a pesar de las críticas relevadas en el análisis cualitativo.

Utilizando la escala de la técnica Zmet<sup>2</sup> que muestra las imágenes y



sombras de las marcas, el resultado es el siguiente:

Sin que se observen diferencias sustantivas por sexo o edad de los encuestados

Si, existen diferencias por sexo respecto de la relación costo/calidad de

<sup>2</sup> Gerald ZALTMAN. Profesor de Harvard. Ver <http://www.olsonzaltman.com/>

¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Si bien son caros, los servicios de los bancos son buenos]	Conceptos	Sexo del encuestado		Total
		Hombre	Mujer	
Totalmente en Desacuerdo	Recuento	16	3	19
	% de Sexo del encuestado	12,7 %	1,9 %	6,8 %
Parcialmente en Desacuerdo	Recuento	17	36	53
	% de Sexo del encuestado	13,5 %	23,4 %	18,9 %
Parcialmente de Acuerdo	Recuento	65	83	148
	% de Sexo del encuestado	51,6 %	53,9 %	52,9 %
Totalmente de Acuerdo	Recuento	28	32	60
	% de Sexo del encuestado	22,2 %	20,8 %	21,4 %
Total	Recuento	126	154	280
	% de Sexo del encuestado	100,0 %	100,0 %	100,0 %

los servicios que describe una relación causal significativa —las mujeres tienen mejor imagen de la relación de calidad/precio de los servicios que los hombres—, como se observa en el cuadro siguiente:

¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Si pudiera cambiar de banco lo haría]	Conceptos	Sexo del encuestado		Total
		Hombre	Mujer	
Totalmente en Desacuerdo	Recuento	41	53	94
	% de Sexo del encuestado	35,7 %	36,1 %	35,9 %
Parcialmente en Desacuerdo	Recuento	44	69	113
	% de Sexo del encuestado	38,3 %	46,9 %	43,1 %
Parcialmente de Acuerdo	Recuento	15	19	34
	% de Sexo del encuestado	13,0 %	12,9 %	13,0 %
Totalmente de Acuerdo	Recuento	15	9	21
	% de Sexo del encuestado	13,0 %	4,1 %	8,0 %
Total	Recuento	115	147	262
	% de Sexo del encuestado	100,0 %	100,0 %	100,0 %

¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Creo que hoy se puede confiar en la solvencia de los bancos]	Conceptos	Sexo del encuestado			Total
		de 18 a 35 años	de 36 a 50 años	51 o más años	
Totalmente en Desacuerdo	Recuento	8	10	13	31
	% de Rango de edad del encuestado	7,8 %	9,7 %	21,7 %	11,7 %
Parcialmente en Desacuerdo	Recuento	30	37	10	77
	% de Rango de edad del encuestado	29,1 %	35,9 %	16,7 %	28,9 %
Parcialmente de Acuerdo	Recuento	46	49	25	120
	% de Rango de edad del encuestado	44,7 %	47,6 %	41,7 %	45,1 %
Totalmente de Acuerdo	Recuento	19	7	12	38
	% de Rango de edad del encuestado	18,4 %	6,8 %	20,0 %	14,3 %
Total	Recuento	103	103	60	266
	% de Rango de edad del encuestado	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

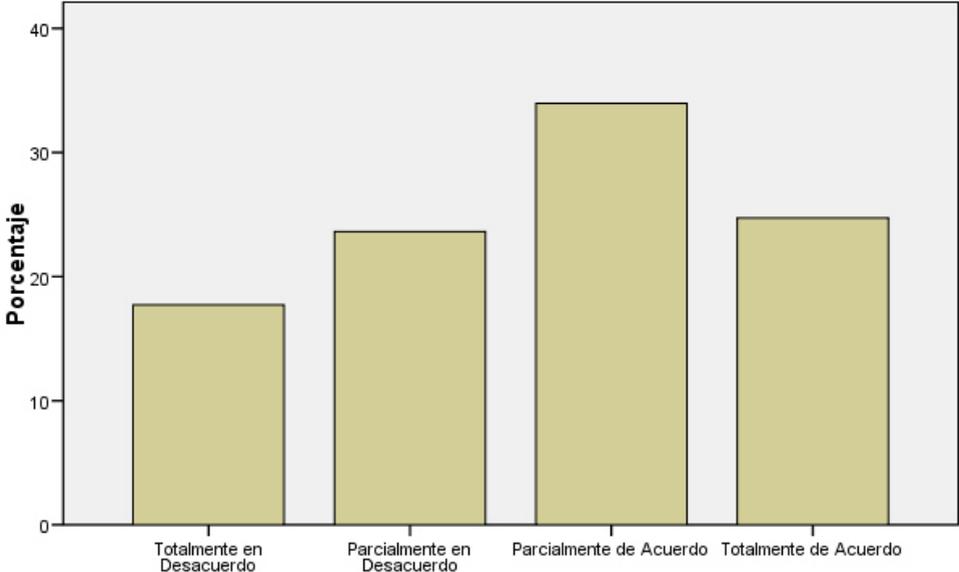
¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Si bien son caros, los servicios de los bancos son buenos]	Conceptos	Sexo del encuestado			Total
		de 18 a 35 años	de 36 a 50 años	51 o más años	
Totalmente en Desacuerdo	Recuento	10	10	5	31
	% de Rango de edad del encuestado	9,1 %	9,7 %	8,2 %	11,7 %
Parcialmente en Desacuerdo	Recuento	18	28	7	77
	% de Rango de edad del encuestado	16,4 %	25,7 %	11,5 %	28,9 %
Parcialmente de Acuerdo	Recuento	60	60	28	120
	% de Rango de edad del encuestado	54,5 %	55,0 %	45,9 %	45,1 %
Totalmente de Acuerdo	Recuento	22	17	21	38
	% de Rango de edad del encuestado	20,0 %	15,6 %	34,4 %	14,3 %
Total	Recuento	110	109	61	266
	% de Rango de edad del encuestado	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Igual ocurre con la posibilidad de cambiar de banco, en donde los hombres tienen una tendencia a hacerlo, levemente superior a las mujeres, como se observa en el cuadro siguiente

Se observan diferencias en la evaluación de la solvencia, donde los mayores de 50 opinan más negativamente que los de edad intermedia -36 a 50 años- sin ser tan extremos, mientras de los más jóvenes opinan mayoritariamente en forma positiva, muy probablemente afectados en mayor o menor medida por el corralito, corralón y pesificación asimétrica de 2001/2002.

También existen diferencias por edad en la relación costo/calidad de los servicios prestados, donde los mayores de 50 tienen mayor acuerdo con la afirmación, mientras que los menores de 36 y en especial los de 36 a 50 años son menos favorables en la afirmación, aunque pocos de unos y otros la rechazan de plano.

**¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones?  
[Me preocupa la transparencia de las operaciones que ofrecen]**



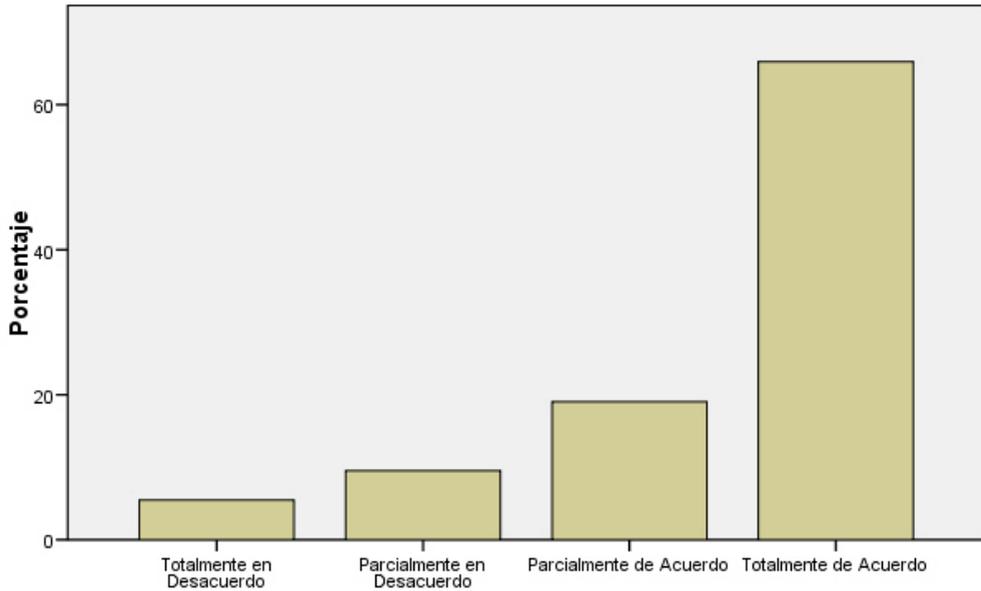
**¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones?  
[Me preocupa la transparencia de las operaciones que ofrecen]**

No existen diferencias por sexo o edad en los aspectos referidos a la transparencia con una tendencia hacia ratificar esa afirmación.

Existe una amplia opinión favorable —sin diferencias sustanciales por edad o sexo— respecto de las facilidades que otorgan los servicios en línea (solo un pequeño número de mayores de 50 opinan lo contrario).

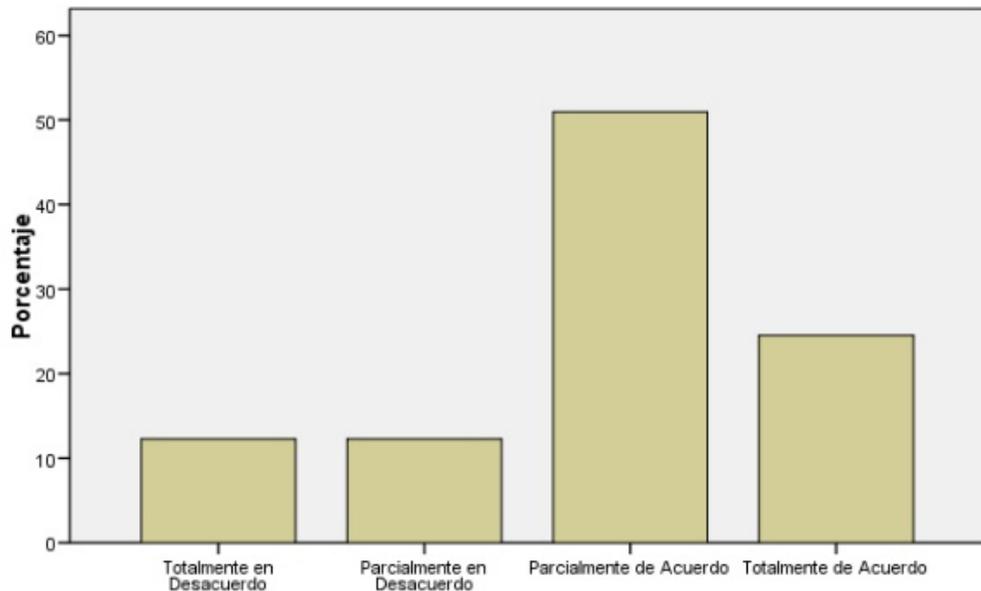
Mientras tanto, son mayoritariamente positivas las percepciones referi-

¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones?  
 [Los sistemas on line del banco me han facilitado mucho las gestiones]



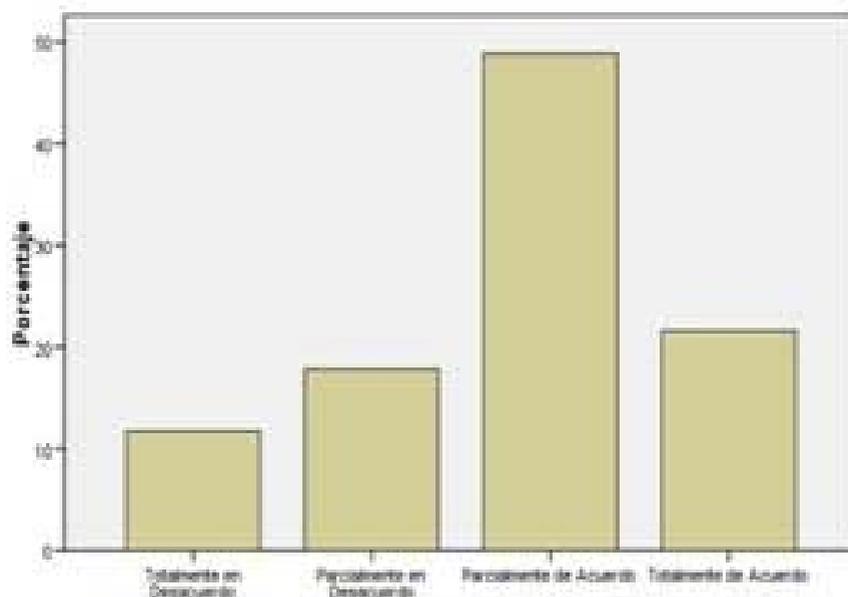
¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones?  
 [Los sistemas on line del banco me han facilitado mucho las gestiones]

¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones?  
 [Considero que el marketing de este banco es socialmente responsable]



¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones?  
 [Considero que el marketing de este banco es socialmente responsable]

¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones?  
[Reconozco que algunos bancos aportan al desarrollo local]

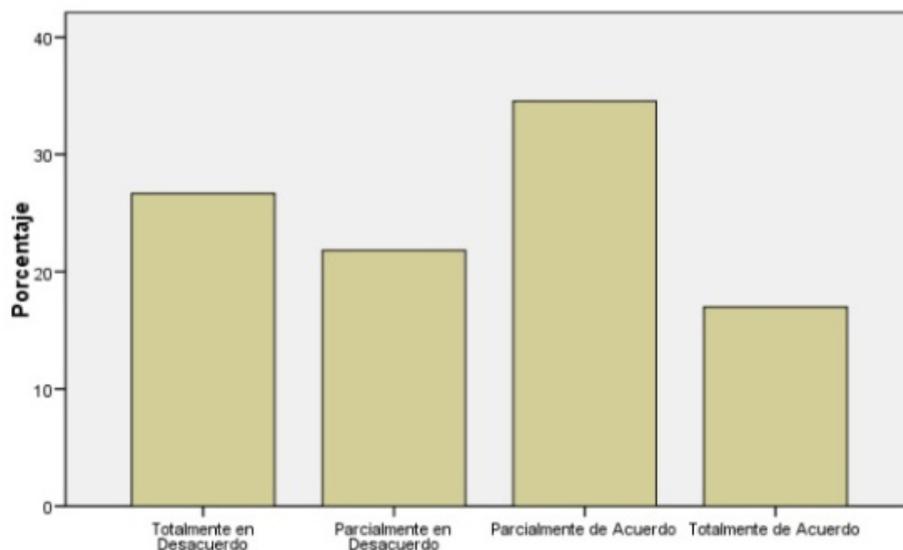


¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones?  
[Reconozco que algunos bancos aportan al desarrollo local]

das a su aporte al desarrollo local y el marketing responsable.

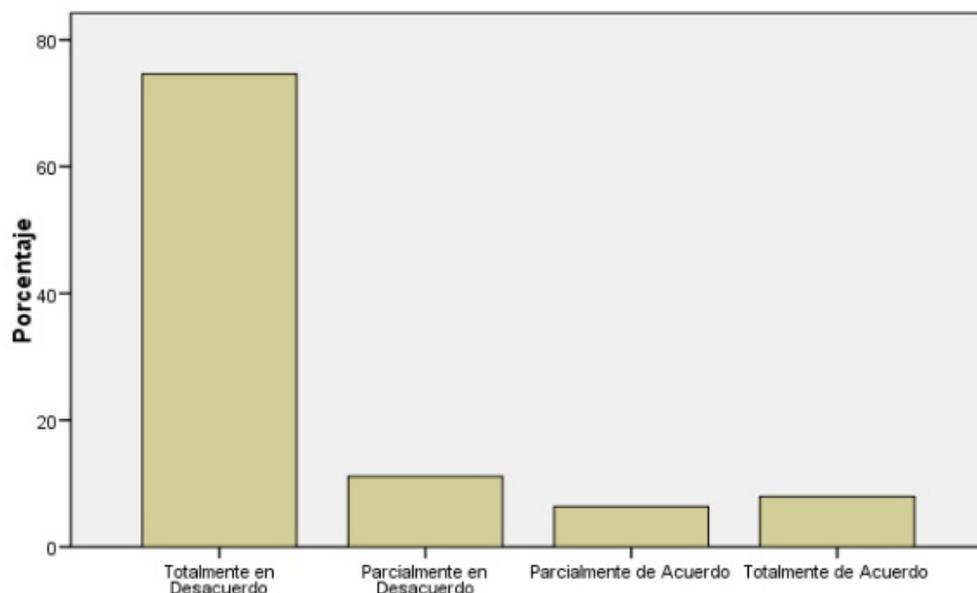
Sin embargo esas afirmaciones se basan en buena parte en el desconocimiento de las acciones de responsabilidad social que hacen los

¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones?  
[Conozco algunas acciones de responsabilidad social que hace este banco]



¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones?  
[Conozco algunas acciones de responsabilidad social que hace este banco]

**¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones?  
[He leído el Balance o Reporte social del banco]**



**¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones?  
[He leído el Balance o Reporte social del banco]**

bancos relevados realizan, como se observa en los gráficos siguientes.

### *Análisis de la valoración los servicios*

En la tabla siguiente, se analiza la satisfacción de los clientes respecto de las distintas formas de atención, lo que merece una consideración previa basada en el sesgo positivo que puede tener la muestra en cuanto a la Atención personal, ya que la misma fue tomada entre quienes tienen esa costumbre, ya que se los entrevistó a la salida de las sucursales.

Simultáneamente, y quizás por la misma causa pero sesgada hacia el efecto contrario las terminales de autoservicio tienen una valoración mayoritariamente intermedia —aunque con un escaso rechazo—.

Mientras tanto, la atención telefónica —con una fuerte valoración negativa del 50 %— merecería una revisión de ese mecanismo de comunicación bancaria.

Los cajeros automáticos mantienen una relativamente buena percepción, mientras que la forma de atención estrella es evidentemente la pági-

<b>¿Qué calificación le asignaría a las diversas formas de atención de este banco?</b>	<b>Atención Personal</b>	<b>Atención Telefónica</b>	<b>Página Web</b>	<b>Cajeros Automáticos</b>	<b>Terminal Autoservicios</b>
Muy Buena	42,2	15,6	54,0	34,7	21,5
Buena	42,9	34,4	32,2	44,8	47,2
Regular	12,5	31,2	10,7	15,5	26,4
Mala	2,4	18,8	3,1	5,1	4,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

na web.

Un análisis por edad, que se fundamenta en las diferencias entre nativos digitales y migrantes digitales, contra lo que se podría suponer, no existen diferencias significativas, ni tendencias a un menor o mayor rechazo de los medios digitales entre los miembros de la muestra de los rangos de edad definidos —18 a 35, 36 a 50 y más de 50 años—.

Es probable que por el tipo de bancos —Bancor, Citi, Credicoop, Hipotecario, Galicia, HSBC y Santander Río—, las sucursales céntricas relevadas, y el tiempo en que se hizo la encuesta —la semana previa al fin de mes— el público que asistía tuviera un sesgo no muestral respecto de la población definida.

### ***Análisis por NSE***

Analizados por un indicador reelaborado del Nivel Socio Económico de la familia del encuestado —toma 4 elementos (uno parcialmente) de los 5 que constituyen el NSE de la Asociación Argentina de Marketing (AAM) y la Sociedad Argentina de Investigación de Mercados y Opinión (SAIMO)— el resultado es el siguiente:

Las percepciones de los encuestados sobre su situación económica en

	NSE reelaborado			Total
	Bajo	Medio	Alto	
¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Mi situación económica ha mejorado en el último año]				
Totalmente en Desacuerdo	42,1 %	22,7 %	9,8 %	18,9 %
Parcialmente en Desacuerdo	42,1 %	30,7 %	30,4 %	31,3 %
Parcialmente de Acuerdo	15,8 %	40,0 %	45,5 %	40,6 %
Totalmente de Acuerdo		6,7 %	14,3 %	9,3 %
Total	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

	NSE reelaborado			Total
	Bajo	Medio	Alto	
¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Mi situación económica mejorará en el próximo año]				
Totalmente en Desacuerdo	42,9 %	12,6 %	4,4 %	11,1 %
Parcialmente en Desacuerdo	42,9 %	42,3 %	41,8 %	42,1 %
Parcialmente de Acuerdo	7,1 %	38,7 %	42,9 %	38,4 %
Totalmente de Acuerdo	7,1 %	6,3 %	11,0 %	8,3 %
Total	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Los sistemas on line del banco me han facilitado mucho las gestiones]	NSE reelaborado			Total
	Bajo	Medio	Alto	
Totalmente en Desacuerdo	17,6 %	6,7 %	1,9 %	5,5 %
Parcialmente en Desacuerdo	23,5 %	7,3 %	10,4 %	9,5 %
Parcialmente de Acuerdo	11,8 %	24,0 %	13,2 %	19,0 %
Totalmente de Acuerdo	47,1 %	62,0 %	74,5 %	65,9 %
Total	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Reconozco que algunos bancos aportan al desarrollo local]	NSE reelaborado			Total
	Bajo	Medio	Alto	
Totalmente en Desacuerdo	28,6 %	16,7 %	2,4 %	11,7 %
Parcialmente en Desacuerdo	14,3 %	16,7 %	20,0 %	17,8 %
Parcialmente de Acuerdo	50,0 %	49,1 %	48,2 %	48,8 %
Totalmente de Acuerdo	7,1 %	17,5 %	29,4 %	21,6 %
Total	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Me gustan las publicaciones de este banco]	NSE reelaborado			Total
	Bajo	Medio	Alto	
Totalmente en Desacuerdo	11,1 %	5,9 %	2,0 %	4,7 %
Parcialmente en Desacuerdo	27,8 %	8,1 %	9,1 %	9,9 %
Parcialmente de Acuerdo	11,1 %	33,8 %	35,4 %	32,8 %
Totalmente de Acuerdo	50,0 %	52,2 %	53,5 %	52,6 %
Total	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

el último año y las perspectivas del siguiente, son claramente distintas.

Como se observa en los cuadros siguientes son notablemente más desfavorables ambas mediciones para los NSE bajos que para los NSE altos.

En ese contexto personal la evaluación de los sistemas on line del banco son claramente menos valorados por los NSE bajos, que en los NSE medios y mucho menos que en los NSE altos, lo que establece una clara relación causal, posiblemente imputable a la menor educación, menos acceso a hardware y mayores dificultades en la conectividad de sus servicios.

También la evaluación de los bancos respecto de su aporte al desarrollo local—posiblemente por el escaso desarrollo de las zonas donde habita o la concentración de acciones de los bancos que no los incluyen— la valoración de los NSE bajos es mucho menor que los NSE medio y más aún que los NSE altos.

También la percepción del NSE bajo sobre las publicidades del banco es más negativa —al menos parcialmente— que las evaluaciones de los NSE medios y altos.

En el resto de las opiniones, percepciones y comportamientos no existen relaciones causales significativas en virtud del NSE.

## *Análisis multivariado*

### *Análisis factorial*

Este análisis reduce las variables utilizadas a componentes principales

<b>Componente</b>	<b>Auto valores iniciales</b>		
	<b>Total</b>	<b>% de la varianza</b>	<b>% acumulado</b>
1	6,142	30,710	30,710
2	2,731	13,655	44,365
3	1,853	9,267	53,631
4	1,445	7,224	60,856
5	1,352	6,760	67,615
6	1,079	5,393	73,008

que las agrupan minimizando la varianza entre ellas en cada componente.

Los resultados muestran 6 componentes que explican el 73 % de las

respuestas.

De este modo se pueden seleccionar todos o algunos de estos componentes a fin de determinar los aspectos más importantes a la hora de generar políticas y mensajes institucionales que atiendan a los aspectos más impor-

Variables	Componente					
	1 Satis- facción 30,71 %	2 Críticas 13,655 %	3 Compro- miso 9,267 %	4 Insatis- facción 7,224 %	5 Afectos 6,76 %	6 Proble- mas 5,393 %
¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Mi situación económica ha mejorado en el último año]	0,845					
¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Si bien son caros, los servicios de los bancos son buenos]	0,749					
¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Creo que hoy se puede confiar en la solvencia de los bancos]	0,732					
¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Mi situación económica mejorará en el próximo año]	0,702					
¿Qué calificación le asignaría a las diversas formas de atención de este banco? [Página web]	-0,505					
¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Los sistemas on line del banco me han facilitado mucho las gestiones]	0,468					

Variables	Componente					
	1 Satis- facción 30,71 %	2 Críticas 13,655 %	3 Compro- miso 9,267 %	4 Insatis- facción 7,224 %	5 Afectos 6,76 %	6 Proble- mas 5,393 %
¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Si pudiera cambiar de banco lo haría]		0,845				
¿Qué calificación le asignaría a las diversas formas de atención de este banco? [Atención personal]		0,739				
¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Las publicidades del banco son discriminatorias]		0,655				
¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Las publicidades del banco son engañosas]		0,649				
¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Me gustan las publicidades de este banco]		-0,602				
¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Reconozco que algunos bancos aportan al desarrollo local]			0,833			
¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Conozco algunas acciones de responsabilidad social que hace este banco]			0,794			

Variables	Componente					
	1 Satis- facción 30,71 %	2 Críticas 13,655 %	3 Compro- miso 9,267 %	4 Insatis- facción 7,224 %	5 Afectos 6,76 %	6 Proble- mas 5,393 %
¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Considero que el marketing de este banco es socialmente responsable]			0,628			
¿Cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [He leído el Balance o Reporte social del banco]			0,598			
¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Me preocupa la transparencia de las operaciones que ofrecen]			0,592			
¿Qué calificación le asignaría a las diversas formas de atención de este banco? [Atención telefónica]				0,835		
¿Qué calificación le asignaría a las diversas formas de atención de este banco? [Cajeros automáticos]					0,751	
Imagen del banco					0,599	
¿Qué calificación le asignaría a las diversas formas de atención de este banco? [Terminal de autoservicios]						0,841

tantes en la percepción de los clientes.

Dichos componentes se forman con las siguientes variables:

Los nombres con los que los identificamos procuran darle el sentido a los componentes en virtud de las variables, sus auto valores y sus interpretaciones.

Una lectura de estos resultados desde el Marketing responsable, determina que más allá de las variables del componente “Satisfacción”, el 13,655 % de las críticas expresadas, es un valor importante que debería ser tenido en cuenta por los bancos en sus gestiones responsables y su comunicación publicitaria, so pena de sufrir las consecuencias si esa tendencia se agudizara.

### *Análisis de Cluster*

También la segmentación del público es un elemento clave para dirigir las gestiones y comunicaciones publicitarias.

Del análisis realizado con el método de K medias —típico de las variables cualitativas, la mejor distribución se logra con 2 conglomerados que denominamos Satisfechos y Poco Satisfechos por la valoración de las variables consideradas que se presentan como diferenciales en ambos grupos.

Es de hacer notar que las características, son el resultado de inferencias estadísticas que las agrupan logrando la menor varianza interna de cada grupo y la mayor entre los grupos considerados.

VARIABLES	Conglomerado	
	1 Algo Satisfechos	2 Poco Satisfechos
Sexo del encuestado	Mujer	Hombre
NSE reelaborado	2,30	2,18
Imagen del banco	Héroe	Comediante
¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Mi situación económica ha mejorado en el último año]	Parcialmente de acuerdo	Parcialmente en desacuerdo
¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Mi situación económica mejorará en el próximo año]	Parcialmente de acuerdo	Parcialmente en desacuerdo
¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Creo que hoy se puede confiar en la solvencia de los bancos]	Parcialmente de acuerdo	Parcialmente en desacuerdo

¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Si bien son caros, los servicios de los bancos son buenos]	Parcialmente de acuerdo	Parcialmente en desacuerdo
¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Los sistemas on line del banco me han facilitado mucho las gestiones]	Parcialmente de acuerdo	Parcialmente en desacuerdo
¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Conozco algunas acciones de responsabilidad social que hace este banco]	Parcialmente de acuerdo	Parcialmente en desacuerdo
¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Reconozco que algunos bancos aportan al desarrollo local]	Parcialmente de acuerdo	Parcialmente en desacuerdo
¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Considero que el marketing de este banco es socialmente responsable]	Parcialmente de acuerdo	Parcialmente en desacuerdo
¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Si pudiera cambiar de banco lo haría]	Totalmente en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo
¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Me gustan las publicidades de este banco]	Totalmente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo
¿Que calificación le asignaría a las diversas formas de atención de este banco? [Atención personal]	Muy buena	Buena
¿Que calificación le asignaría a las diversas formas de atención de este banco? [Atención telefónica]	Buena	Regular
¿Que calificación le asignaría a las diversas formas de atención de este banco? [Página web]	Muy buena	Buena
¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [He leído el Balance o Reporte social del banco]	Parcialmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
¿Cual es el grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? [Las publicidades del banco son discriminatorias]	Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo

No obstante es bueno señalar que las diferencias entre ambos conglomerados (clusters o segmentos) no son muy grandes, lo que implica una población bastante homogénea.

## Conclusiones

Por todo lo anterior, se puede afirmar que *“las imágenes percibidas son eminentemente afectivas y no basadas en el conocimiento del banco”*.

Eso los vuelve más vulnerables a la publicación de problemas de transparencia, fuga de capitales, evasión impositiva, costo de los servicios, y eventos que impliquen situaciones engañosas, que despierten recuerdos de tiempos pasados o un cambio en el humor social.

Esto se confirma por la importancia del componente **Críticas** en el análisis factorial.

También confirma la hipótesis generalizada respecto a que *“las ventas no aumentarían por una mejora imagen de responsabilidad en tiempos de bonanza”*.

Salvo que los procesos de inclusión —en este caso bancarización— permitan a los sectores de NSE bajos acceder a ofertas de servicios en costo y calidad apropiados a sus hábitos de operación, por lo que existe allí un mercado poco considerado al menos en los sistemas que requieren.

La importancia del componente satisfacción en el análisis factorial y la relativa sensación de satisfacción de ambos conglomerados —que adoptan opiniones intermedias— está más asociada a las publicidades que generan esa sensación, que a los hechos concretos de aportes al desarrollo local y reportes de sostenibilidad/Balances sociales, que se hagan.

Esa misma hipótesis generalizada, afirma que *“poder mostrar responsabilidad y compromiso con la sostenibilidad disminuye los riesgos asociados a una crisis”*, lo que parece confirmarse por el desconocimiento de acciones y reportes.

En tal sentido, reiteramos que:

- El desconocimiento de las acciones de responsabilidad de los bancos
- Algunas críticas a su falta de contribución al desarrollo local
- El desconocimiento mayoritario del balance social

Están sosteniendo esta situación, que es muy vulnerable si el compo-

nente crítico del análisis factorial aumenta su importancia, por lo que:

*Es clave reformular esas políticas y el contenido y calidad de la información suministrada, además de sumar aspectos referidos a la responsabilidad social empresarial, que se anticipen a posibles inconvenientes.*

## **Referencias bibliográficas**

*Manual de Principios y Contenido.* Guía GRI G4 2012 - Global Reporting Initiative. Holanda. 2012.

*Manual de aplicación.* Guía GRI G4. Global Reporting Initiative. Holanda 2011.

*Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad y Suplemento Sectorial para Servicios Financieros.* Versión 3.0/FSSS. Holanda. 2008.

ZALTMAN, G. *How Customers Think: Essential Insights Into the Mind of the Market.* Harvard Business School Press. ISBN-13: 978-1578518265 ISBN-10: 1578518261. USA. 2012.



# LOS ESTADOS FINANCIEROS PROSPECTIVOS PARA LAS DECISIONES FINANCIERAS

*VIEGAS, Juan Carlos*  
*Doctor en Contabilidad*  
*Universidad de Buenos Aires*  
*Correo: juancarlosviegas@me.com*

## **Resumen**

Este trabajo postula las siguientes hipótesis:

- Los estados financieros prospectivos son necesarios para las decisiones financieras.
- Los estados financieros prospectivos representan una herramienta útil para los inversores en los mercados de capitales y para los *stakeholders*.
- Los estados financieros prospectivos, para su confección, contemplan hipótesis y supuestos hipotéticos; y son útiles para visualizar anticipadamente los hechos y sucesos que puedan ocurrir en el próximo ejercicio.
- La información contable prospectiva debe incluir los aspectos financieros que se presentan en el balance social, para que todas las partes interesadas reduzcan los riesgos al tomar decisiones y puedan comprobar la hipótesis de que la empresa está en marcha y es sustentable en el tiempo.

El trabajo pretende dar respuesta a las demandas de los diferentes actores que interactúan en relación al ente emisor dentro de los mercados globalizados. Para ello, es necesario reconocer que estamos ante la presencia de un nuevo ciclo en materia de informes contables financieros, la emisión de los estados financieros prospectivos (EEFFP) conforma un trípode al integrarse con los estados financieros (EEFF) y el balance social (BS).

**Palabras clave:** Información Prospectiva – Responsabilidad Social Empresaria – Reporte Integral

## Abstract

This work postulates the following hypotheses:

- The prospective financial statements are necessary for the financial decisions.
- The prospective statements represent a useful tool for the investors on the capital markets and for the stakeholders.
- The prospective financial statements, for his confection, contemplate hypothesis and hypothetical suppositions; and they are useful to visualize early the facts and events that could happen in the next exercise.
- The countable prospective information must include the financial aspects that they present in the labour relation report, in order that all the interested parts reduce the risks on having taken decisions and could verify the hypothesis of which the company is in march and is sustainable in the time.

The work tries to give response to the demands of the different actors who interact in relation to the issuing entity inside the included . For it, it prospective is necessary to admit that we are before the presence of a new cycle as for countable financial reports, the emission(issue) of the prospective financial statements (EEFFP) shapes a tripod on having joined with the financial statements (EEFF) and the labour relation report (BS).

**Key Word:** Prospective Information – Corporate social responsibility – Integrated Reporting (IR).

## I Introducción

El estado prospectivo no trata de acertar en base a un pronóstico, lo que sería una utopía propia de adivinos. La cuestión será responder a los *stakeholders*, a través de información prospectiva fiable, que revele las consecuencias económicas y financieras posibles en el devenir futuro de la vida de la entidad emisora.

Aún no se ha dado, en el ámbito de nuestra profesión, el paso que pronosticaba Mattessich (2002: 255) en los años 60, donde afirmaba que “durante las próximas décadas, el centro de gravedad de la contabilidad podría desplazarse del ángulo descriptivo-legalista al analítico-predictivo”.

Tanto el IFAC como la AICPA, históricamente, han diferenciado los estados que provienen de pronósticos respecto a los que se originan en proyecciones. Los primeros se basan en supuestos apoyados en la mejor estimación posible; en cambio, las proyecciones encierran supuestos hipotéticos donde se incluyen las decisiones estratégicas que los responsable de nivel superior proyectan tomar en el próximo ejercicio.

La doctrina contable coincide en reconocer que los estados financieros de cierre de ejercicio están destinados a revelar la situación económica y financiera de la empresa, debiendo demostrarse que la empresa está en funcionamiento y tiene proyección a futuro. Los estados financieros que periódicamente emite una empresa se basan en hechos o sucesos económicos que ya han ocurrido, salvo en aquellos casos donde las normas exigen revelar los hechos contingentes que pueden impactar en el próximo ejercicio y que representan riesgos importantes que pueden afectar el reconocimiento y la medición de aquellos activos y pasivos que se revelan al final del ejercicio.

Los estándares dictados por las Normas Internacionales de Información Financiera (IASB) establecen que los estados financieros están dirigidos a los inversores que actúan en los mercados de capitales, en consecuencia no satisfacen plenamente los intereses de todos los *stakeholder*.

Los *stakeholder* están compuestos por: empleados, accionistas, potenciales inversores, proveedores, acreedores, el Estado y todos aquellos que no tienen capacidad de exigir a la entidad emisora una información específica y se ven limitados para tomar decisiones al utilizar los estados financieros.

Hay nuevas corrientes de opinión que sostienen la necesidad de acompañar a los estados contables de cierre con información complementaria que demuestre cuál es el futuro próximo del negocio, al menos, durante los próximos doce meses. Para responder a estas nuevas demandas, consideramos que los EEEFFPP representan una opción fiable ante los nuevos requeri-

mientos de los grupos de interés, aquellos que no están en condiciones de exigir a la entidad información específica.

Los EEEFFP tiene como objetivo medir y proyectar los efectos económicos y financieros que provienen de los estados contables de cierre de ejercicio, incorporando la información que proviene de la planificación operativa y estratégica que la emisora planifica desarrollar en los próximos doce meses. Asimismo, aquellas empresas que deben presentar el Balance de Responsabilidad Empresaria (BRS) por estar obligadas —o cuando lo hacen voluntariamente— deben integrar la información que proviene del (BRS), en aquellos aspectos que tienen impactos financieros y económicos en el estado prospectivo.

### ***1.1. Objetivos de la información prospectiva***

Las normas contables para la emisión de los EEEFF no establecen reglas para revelar la información prospectiva. La visión prospectiva, fundamentalmente, tiene como objetivo brindar información esencial para:

- Visualizar un futuro cuando este no puede ser visto simplemente como una prolongación del pasado.
- Servir de base para las toma de decisiones financieras, anticipando sus efectos en el futuro.
- Rendir cuentas sobre los efectos económicos y financieros que producen, las acciones y la definición de prioridades que estratégicamente se han planificado para actuar en forma preventiva y de anticipación vinculadas con las amenazas que pueden impactar a la empresa.
- Permitirles a los grupos de interés observar lo que se espera que ocurra en los próximos doce meses y cuáles son los efectos de las acciones que los responsables de la gestión llevarán a cabo en relación al objeto social que explota la empresa y cuando corresponda demostrar su sustentabilidad.

Para alcanzar el grado de “fiabilidad” que se requiere en la presentación del estado financiero que la empresa emite al cierre de ejercicio, será necesario que el estado prospectivo se confeccione a su imagen y semejanza. Se trata de un requisito necesario que garantiza la compatibilidad entre los resultados alcanzados en el periodo transcurrido con la proyección que se propuso alcanzar la entidad emisora al comienzo del ejercicio.

El estado financiero prospectivo debe cumplir con los requisitos y cualidades de la información: ser relevante, fiable, comparable y comprensible, de acuerdo con lo que establecen las normas contables aplicadas a los estados financieros de cierre de ejercicio; ya que, están dirigidos a los mismos grupos de interés.

La aplicación de normas emitidas por organismos internacionales de control, conjuntamente con los estándares que impulsa el IFAC y el IASB, destinadas a las entidades emisoras de los estados financieros, pueden encontrar respuestas en la información prospectiva; ya que contemplan los efectos de los riesgos que pueden afectar la continuidad de la empresa.

Esta nueva herramienta constituye una respuesta clara a las fuertes crisis que se han producido en estas últimas décadas, que afectaron fundamentalmente, a los grupos de interés que operan en los mercados de capitales y a los *stakeholders*.

## ***1.2. Marco conceptual del Estados Financieros Prospectivos (EEFFPP)***

Los EEFFPP se confeccionan a imagen y semejanza de los estados financieros de cierre de ejercicio y cumplen con los mismos principios que se exigen para estos; deben ser relevantes, fiables, comparables y comprensibles.

La confección de información contable prospectiva tiene como finalidad proyectar la situación económica y financiera, y los flujos de fondos para los próximos doce meses, considerando los hechos y sucesos que la entidad ha planificado de modo operativo y estratégico sobre la base de hipótesis y supuestos hipotéticos.

Las características del “modelo” que se aplica para su confección deben contemplar, las políticas contables destinadas a regular su emisión y que son aprobadas por el ente emisor. Un postulado esencial del “modelo” está dirigido a demostrar que la entidad emisora cumple con la hipótesis de negocio en marcha:

Al elaborar los estados financieros, la gerencia evaluará la capacidad que tiene una entidad para continuar en funcionamiento. Una entidad elaborará los estados financieros bajo la hipótesis de negocio en marcha, a menos que la gerencia pretenda liquidar la entidad o cesar en su actividad, o bien no exista otra alternativa más realista que proceder de una de estas formas. Cuando la gerencia, al realizar esta evaluación, sea consciente de la existencia de incertidumbres importantes, relativas

a eventos o condiciones que puedan aportar dudas significativas sobre la posibilidad de que la entidad siga funcionando normalmente, procederá a revelarlas en los estados financieros. Cuando una entidad no prepare los estados financieros bajo la hipótesis de negocio en marcha, revelará ese hecho, junto con las hipótesis sobre las que han sido elaborados y las razones por las que la entidad no se considera como un negocio en marcha.

La emisión de los estados financieros es responsabilidad del ente emisor y, en oportunidad de su emisión al cierre de ejercicio, está obligado a revelar aquellas cuestiones que puedan poner en riesgo la continuidad de parte o de todas las actividades que en el futuro va a desarrollar la empresa.

La alta gerencia es la responsable de denunciar si existen intenciones de tomar decisiones que pueden afectar el funcionamiento de la entidad después de la fecha de cierre de ejercicio, como por ejemplo cuando:

- Existe intención de liquidar la empresa.
- Hay cese en sus actividades.
- No existe la posibilidad de continuar con el negocio.
- Hay cambios en la base de contabilización y no un mero ajuste en los criterios originales.

Las políticas contables que aplique la entidad emisora para el reconocimiento de los hechos y sucesos que pueden afectar su continuidad, en forma parcial o total, se deben revelar en los estados financieros de cierre de ejercicio, acompañando en notas las aclaraciones correspondientes.

En la actualidad, no existe un modelo de uso generalizado que establezca la forma más adecuada para presentar la información sobre los riesgos que acechan el futuro de la entidad emisora. La propuesta que desarrollamos en este trabajo se basa en la necesidad de acompañar el estado financiero de cierre de ejercicio con el estado prospectivo que, como mínimo, comprenda los próximos doce meses; de manera tal que permita su comparabilidad con el estado financiero correspondiente al próximo cierre de ejercicio.

Las IASB establecen que los estados financieros deben reflejar una “imagen fiel”. Esta cualidad también se debe aplicar a la confección de los EEFPP, advirtiendo a los usuarios que se trata de proyecciones que contienen hipótesis y supuestos hipotéticos que se proyectan sobre la base de la planificación operativa y estratégica que la empresa emisora prevé para su gestión durante el próximo ejercicio.

Además, se establece que la información que se presenta debe ser:

**Relevante.** No debe omitirse ningún hecho o suceso, basado en hipótesis o supuestos hipotéticos que por su importancia produzca impacto en los EEEFPP. Comprende, como punto de partida, la situación económica y financiera de las actividades realizadas en ejercicio finalizado; y se incorpora la información que proviene de la planificación operativa y estratégica que se haya previsto desarrollar en el próximo ejercicio.

**Fiable.** Para aplicar este requisito, la empresa emisora debe adoptar los estándares internacionales y las políticas contables aprobadas por el directorio en la confección de la información prospectiva. Para ser útil la información debe ser fiable. La información posee esta cualidad cuando está libre de error significativo y de sesgo o prejuicio, y los usuarios pueden confiar. Por ello, los estados prospectivos que se presentan deben revelar la imagen fiel de la empresa en relación a los objetivos que se han fijado en el mediano y el largo plazo. Resulta necesario advertir si su reconocimiento puede ser potencialmente una fuente de equívocos; ya que, si bien la información puede ser relevante, puede ocurrir que no existan evidencias que garanticen cierta fiabilidad en su naturaleza.

**Comparable.** El estado financiero prospectivo del ejercicio concluido se debe comparar con los estados financieros del cierre de ejercicio y debe acompañarse con los EEEFPP para el próximo periodo. El objetivo de presentar la información en forma comparativa es permitir a los *stakeholders* comparar lo proyectado al principio del ejercicio con el estado contable de cierre y establecer si existen variaciones que puedan constituir riesgos severos que afecten el principio de “empresa en marcha” para el nuevo ejercicio que se inicia. La información comparativa que mencionamos debe acompañar al estado financiero prospectivo correspondiente al próximo ejercicio. Su presentación permitirá demostrar que la empresa está en marcha. Si la emisora modificó las políticas contables para la presentación al cierre de ejercicio, se deberá revelar si estos cambios pueden afectar los intereses de los usuarios o, por el contrario, no constituyen un error de planificación, y en consecuencia no afecta los intereses de los usuarios.

**Comprensible.** Considerando que el estado financiero prospectivo está dirigido a los *stakeholders*, este requisito constituye un compromiso que debe asumir el ente emisor. Para alcanzar este propósito, se supone que los usuarios tienen un conocimiento razonable de las actividades económicas y del mundo de los negocios, así como se construyen los escenarios para la proyección.

### *1.3. Escenario macroeconómico*

Entre los principales indicadores macroeconómicos que deben considerarse para la construcción de los escenarios en algunos países de la región se podría destacar los siguientes:

#### *1.3.1. Inflación*

En economía, la inflación es el aumento sostenido y generalizado de los precios de los bienes y servicios. Las causas que la provocan son varias, aunque se relaciona con el crecimiento del dinero en circulación (que favorece una mayor demanda) o del costo de los factores de la producción (materias primas, energía, salarios, etc.), en consecuencia tenemos:

- **Inflación de demanda.** Cuando la demanda general de bienes se incrementa sin que el sector productivo haya tenido tiempo de adaptar la cantidad de bienes producidos a la demanda existente.
- **Inflación de costos.** Cuando el costo de la mano de obra o las materias primas se encarece y, en un intento de mantener la tasa de beneficio, los productores incrementan los precios.
- **Inflación generada por las mismas expectativas de inflación,** lo cual genera un círculo vicioso. Esto es típico en países con alta inflación en donde los trabajadores pugnan por aumentos de salarios para contrarrestar los efectos inflacionarios, lo cual da pie al aumento en los precios al consumidor por parte de los empresarios, originando un círculo vicioso de inflación.

Para la construcción de los escenarios de futuro, la inflación basada en las expectativas crea un alto nivel de incertidumbre; ya que entra en juego la especulación que se produce cuando el empresario o el oferente de bienes y servicios incrementa sus precios en anticipación a una pérdida de valor de la moneda en un futuro o aprovecha el fenómeno de la inflación para aumentar sus ganancias desmesuradamente.

#### *1.3.2. Nivel de empleo (ocupación)*

Mundell, R. (1956) presentó una tesis sobre el movimiento internacional de capitales, su trabajo sobre las áreas monetarias óptimas considerado el armazón básico sobre el que se construyó la zona euro. Una conclusión básica de su tesis considera que cualquier región particular, dentro de una zona monetaria, si quiere mantener un nivel de empleo, debe reducir los salarios reales o bien se debe acudir a la movilidad del factor trabajo para paliar los llamados “choques asimétricos”.

El nivel de empleo en consecuencia está dado por el grado de utilización de los recursos productivos de una economía. En general, cuando se habla de nivel de empleo o de ocupación de una economía se suele hacer referencia únicamente al grado de ocupación del factor trabajo. Para el cálculo del mismo se tienen en cuenta la gente empleada.

### 1.3.3. Tasa de cambio

Existen diferentes tasas de cambio que suelen operar en los mercados y que también deben considerarse para la construcción de los escenarios prospectivos:

- **Tasa de cambio.** Es la relación entre el precio de dos monedas que es determinado por la oferta y la demanda. En otras palabras, es lo que tendría que pagarse en una moneda —por ejemplo, peso argentino— para adquirir otra moneda —por ejemplo, euro o dólar estadounidense—.
- **Tasa de cambio fija.** Es la tasa de cambio que se mantiene constante en el tiempo y generalmente está ligada al dólar. La autoridad monetaria o el Banco Central de cada país es el encargado de mantener fija esta paridad cambiaria.
- **Tasa de cambio flotante.** Es la tasa de cambio cuyo comportamiento se deja totalmente al mercado sin que la autoridad monetaria intervenga para tratar de regular su comportamiento.
- **Tasa de cambio nominal.** Determina cuántas unidades de una moneda pueden comprarse con una sola unidad de otra moneda.
- **Tasa de cambio real.** Es la tasa de cambio entre dos monedas luego de descontada la inflación. El tipo de cambio real de un país, Argentina, respecto de otro, Alemania, por ejemplo, es el precio relativo de los bienes del país extranjero expresados en términos de bienes locales.

El tipo de cambio real viene dado por:

$$e = (E \times P^*) / P$$

siendo:

e: tipo de cambio real

E: tipo de cambio nominal.

P\*: deflactor del PBI del país extranjero.

P: deflactor del PBI local.

Las variaciones del tipo de cambio real pueden relacionarse con variaciones en el tipo de cambio nominal como con variaciones en los precios de los bienes extranjeros, o con variaciones de los precios de los bienes locales:

- **Apreciación real.** Si los bienes argentinos se vuelven relativamente más caros, cae el precio, por ejemplo, de los bienes norteamericanos expresado en bienes argentinos. Cae el tipo de cambio real.
- **Depreciación real.** Si los bienes argentinos se vuelven relativamente más baratos, sube el precio de los bienes norteamericanos expresado en bienes argentinos. Sube el tipo de cambio real.

#### *1.3.4. Tasa de Interés*

La tasa de interés surge de las modalidades financieras que adopta la entidad para llevar a cabo la gestión. Puede tratarse de:

- Depósitos en instituciones financieras en plazos fijos u otra modalidades donde se perciben intereses.
- Préstamos obtenidos o créditos concedidos que devengan intereses.
- Operaciones de compras donde se abona un interés por la financiación que otorga un tercero.
- Operaciones de ventas financiadas, donde se cobra un interés a un tercero.

Otras variantes que se presenta la tasa de interés pueden ser:

- **Tasa de Interés Anticipada.** Tasa de interés que, una vez acordada, se paga o se cobra al iniciar cada periodo.
- **Tasa de Interés Efectiva.** Expresión anual del interés nominal dependiendo de la periodicidad con que este último se pague. Implica reinversión o capitalización de intereses.
- **Tasa de Interés en Moneda Extranjera.** Tasa de interés equivalente en moneda local a la que se obtendría en el extranjero, teniendo en cuenta los efectos devaluaciones o revaluaciones.
- **Tasa de Interés Libre de Riesgo.** No presenta ningún riesgo para los inversionistas (los bonos del tesoro de EEUU son ejemplo de esto).
- **Tasa de Interés Nominal.** Tasa de interés o rendimiento que el emisor paga al inversionista por un título periódicamente (mensual, trimestral o anual), sin tener en cuenta la reinversión de intereses.
- **Tasa de Interés Real.** Tasa de interés que descuenta el efecto de la inflación.
- **Tasa de Interés Vencida.** Tasa de interés que una vez acordada, se paga o se cobra al finalizar cada periodo.

- **Tasa de Redescuento.** Tasa de interés que le cobra el Banco Central al banco comercial por reembolsarle parte del crédito que éste ha concedido a terceros.
- **Tasa de Reinversión.** Tasa de interés que gana un arrendador sobre los excedentes monetarios del arrendamiento durante el periodo siguiente al de inversión en un arrendamiento.
- **Tasa Interna de Retorno.** Método de evaluación de la inversión, el cual establece la tasa de descuento que sería necesario aplicar para balancear los costos presentes y futuros con las utilidades, empleando técnicas de flujo de caja rebajado.

### *1.3.5. Equilibrio fiscal*

El presupuesto público o presupuesto del Estado es la ley que incluye la relación de gastos que puede ejercer el Estado y los ingresos que este debe alcanzar en el próximo año. Además, es una ley de naturaleza mixta, puesto que su función es legislativa pero también de control.

- Los gastos comprenden al conjunto de erogaciones, generalmente dinerarias que realiza el Estado para cumplir con sus fines; es decir, satisfacer las necesidades de la sociedad.
- El ingreso son los recursos que tiene el Estado, preferentemente dinero para la atención de las erogaciones determinadas por las exigencias administrativas o de índole económico-social.

El presupuesto que se aprueba puede aparecer formalmente equilibrado, lo cual no implica que —desde el punto de vista económico— en su ejecución mantenga este equilibrio. Cuando se habla de equilibrio, nos referimos a la balanza fiscal, por un lado el ingreso que se compone de todo lo que el Estado recauda (impuestos y exportaciones) y, por otro lado, el gasto que representa todo lo que tiene que gastar y que se ha presupuestado.

Una situación ideal de equilibrio fiscal se presenta cuando los ingresos públicos son iguales a sus gastos. En este caso, solo se da una reasignación de los recursos, puesto que el gobierno los retira de una parte del sector privado vía impuestos, para asignarlos a otros grupos del mismo sector privado; de esta manera, bajo un equilibrio entre los ingresos y los gastos públicos, el ahorro, la inversión y el consumo, tanto público como privado, no se modifican.

Para el buen funcionamiento de la economía de un país, lo ideal es que haya un equilibrio fiscal. No obstante, en países subdesarrollados principalmente, es muy difícil alcanzar esta meta; por ello, el país necesita recurrir a préstamos, que en el largo plazo —si no hay control del gasto público— suelen aumentar las tasas de interés por aumento de un factor clave que re-

fleja la capacidad que tiene el país de hacer frente al pago de su deuda. La falta de cumplimiento de sus obligaciones se manifiesta en el aumento de la tasa de interés que deberá pagar para conseguir el financiamiento ya que se incorpora como costo el riesgo país, todo ello, contribuye al aumento del desequilibrio fiscal.

### *1.3.6. Riesgos de mercado*

La definición de riesgo de mercado se relaciona con las estimaciones que deben realizarse ante las pérdidas potenciales por cambios en los factores que impactan en la economía; por ejemplo, las variaciones de la tasa de interés y de cambio, los índices de precios, y otras operaciones que pueden aumentar a futuro los pasivos contingentes.

Los principales riesgos de mercado son:

- **Riesgo Cambiario o de Divisas (RD).** Cuando se mantienen posiciones sin cobertura en divisas extranjeras, que originan una exposición a pérdidas potenciales cuando se modifica las tasas de cambios.
- **Riesgo de Tasas de Interés (RTI).** Se producen ante el hecho de mantener activos y pasivos (reales o nominales) con diferentes fechas de vencimiento. La diferencia en el calce de la operación pueden crear exposición a los cambios en los niveles de las tasas de interés.
- **Riesgo Accionario (RPC).** Surge al mantener posiciones abiertas (compra o venta) con acciones, índices o instrumentos financieros, basados en acciones. Estas posiciones pueden enfrentar una exposición al cambio en el precio de mercado de las acciones vinculadas a los índices o instrumentos que se basan en estos índices.
- **Riesgo de Volatilidad (TO).** Se trata de instrumentos financieros que contienen opciones; su precio está en función, entre otros factores, de la volatilidad percibida en el subyacente de la opción (tasas de interés, acciones, tipo de cambio, etc.)
- **Riesgo Base o de Margen (RMP).** Se trata de un instrumento que se utiliza como cobertura de otro y cada uno de ellos es valuado con distinta curva de tasas (por ejemplo, un bono gubernamental cubierto con un derivado de tasas interbancarias) de manera que su valor a mercado puede diferir, generando imperfecciones en la cobertura.
- **Riesgo de default.** Es el incumplimiento por parte del emisor del pago de los intereses o el capital de un título. Esto genera, para el país emisor, un cargo a futuro por la financiación que necesite tomar para su financiamiento, incorporando a la tasa que deba abonar el riesgo país, medido como la diferencia entre el rendimiento de un bono de un país y el del Tesoro americano de igual duración.

- **Riesgo de inflación.** A este riesgo se enfrentan en aquellos países donde se produce en la economía un aumento sostenido y generalizado de los precios los bienes y servicios Afectando las inversiones cuando no compensan la pérdida de poder adquisitivo generada por la inflación.

## *II.1. Escenario microeconómico*

- **Riesgos de gestión**

Para analizar los factores de riesgo en la información para tomar decisiones, creemos oportuno considerar una opinión autorizada en esta materia. Para esto, recurrimos a a Herbert Simon (1978), Premio Nobel de Economía que dice:

La toma de decisiones, por lo tanto, no es más que un esfuerzo por ser racional, condicionado por un número de prejuicios o sesgos, entre ellos, la búsqueda de evidencias que corrobore la creencias en lugar de refutarlas, la preferencias por la información fácilmente recordables, la tendencia a asignar un nexo causal a una simple correlación. Contar con mayor información aumenta la confianza en la correlación de las propias decisiones, aunque no necesariamente mejore su calidad o exactitud.

En la práctica ningún ser humano está continuamente buscando la solución óptima. Aunque deseara hacerlo, el coste de informarse sobre todas las alternativas y la incertidumbre sobre el futuro lo harían imposible.

El **riesgo** puede definirse como el efecto de la incertidumbre en los objetivos de la organización; efecto que puede ser negativo, positivo o una desviación de los objetivos. Si este objetivo es de naturaleza financiera, entonces, estamos en presencia del riesgo financiero. El riesgo sería entonces un evento, un cambio en las circunstancias, una consecuencia o una combinación de estas tres que afecta a los objetivos financieros. Este riesgo puede ser expresado como esa combinación, o a partir de su verosimilitud (su probabilidad de ocurrencia).

Cuantitativamente es prudente no entender el riesgo como sinónimo de probabilidad de ocurrencia del evento, sino más bien como el resultado de la combinación de la probabilidad del evento y su impacto financiero (pérdida en unidades monetarias).

En este sentido es también relevante discernir entre los términos que refieren al riesgo como una pérdida posible, una pérdida probable, o una pérdida potencial: la distinción podría depender de las unidades en las que se mida el riesgo. Una probabilidad de pérdida sería la probabilidad de 0 a

100 % de que se produzca un suceso que ocasione pérdidas. Esta probabilidad es obtenida con métodos cuantitativos (estadísticos). Una posibilidad de pérdida se refiere a la ocasión de que se produzca un suceso que resulte en pérdidas. Esta posibilidad no es obtenida con métodos cuantitativos.

Una pérdida potencial puede ser entendida como una pérdida cuantificada en unidades monetarias, no en términos de posibilidad o probabilidad.

Los riesgos microeconómicos podemos dividirlos entre el económico, el financiero y el de apropiación.

El **riesgo económico** se trata de la incertidumbre producida en el rendimiento de la inversión debida a los cambios generados en la situación económica del sector en el que opera la empresa y las decisiones que se adopten para enfrentar los cambios. Es una consecuencia directa de las decisiones de inversión; por tanto, la estructura de los activos de la empresa es responsable del nivel y de la variabilidad de los beneficios de explotación que se pretenden alcanzar.

Las causas que provocan los riesgos económicos se pueden referir a:

- Política de gestión de la empresa
- Política de distribución de productos o servicios
- Aparición de nuevos competidores
- Cambio en los gustos de los consumidores
- Modificación de la estructura económica de la empresa

La forma de reducir los riesgos económicos exigen que los responsables de la gestión estudien y clasifiquen los diferentes factores que pueden impactar en los objetivos de la empresa; en este sentido, la prospectiva es un instrumento que permite anticipar los efectos y, en consecuencia, facilita la toma de decisiones que permite reducir los efectos negativos que puedan producir.

El riesgo económico surge por diversos motivos como, por ejemplo:

- Sensibilidad de la demanda de los productos o servicios de la empresa con respecto a las condiciones generales de la economía.
- Actividad y nivel de la competencia.
- Diversificación de la producción.
- Apalancamiento operativo.
- Perspectivas del crecimiento empresarial.
- Tamaño de la empresa.

El **riesgo financiero** es la volatilidad de la financiación fija y su impacto en el ROE a partir de un ROA fijo. Este riesgo se relaciona con las decisiones que adoptan los responsables de la gestión para financiar el proyecto y están vinculados con:

- **Riesgos de créditos.** Se trata de la financiación que otorga la entidad a terceros y la capacidad de pago que tienen los deudores para cumplir en tiempo y forma con su compromiso.
- **Riesgo de liquidez.** Es el riesgo de quedarse sin dinero en el momento inoportuno. Esto puede ocurrir cuando la entidad tiene dificultades para financiar el proyecto y no cuenta con la liquidez necesaria para asumir las obligaciones a pesar de contar con activos que no pueden vender con la rapidez y al precio conveniente, para poder disponer de los fondos y afrontar sus obligaciones.

El **riesgo de apropiación** constituye un problema, fundamentalmente en aquellos países donde el desarrollo del negocio se basa en la explotación de concesiones. El riesgo de apropiación puede ocurrir cuando el inversor se ve despojado del activo en explotación y, en consecuencia, deja de obtener el retorno económico que esperaba. Para reducir el riesgo, las tasas de retorno de la inversión obtenidas deberían ser altas y con plazos de realización de muy corto plazo.

### **III. Estudio de caso: Esquema de presentación de los EEFF prospectivo comparado con los EEFF de cierre**

El caso que se desarrolla tiene como objetivo demostrar la importancia que reviste para los usuarios, poder comparar la **información prospectiva** que fue confeccionada a principio de un ejercicio con los **estados financieros de cierre del ejercicio**. La entidad analizada, en este caso, desarrolla la siguiente actividad:

- La Empresa produce y comercializa productos de consumo masivo de marca. Es una de los principales proveedores del sector supermercadista. Exporta productos de marca y a granel (en especial aceites y harinas industriales).

La hipótesis que aquí se desarrolla se basa en considerar que el estado financiero prospectivo debe confeccionarse a imagen y semejanza de los estados financieros de cierre de ejercicio, y considerando las políticas contables que postula el directorio para revelar la información prospectiva.

El modelo permite que los estados prospectivo permiten mejorar los procesos para la toma de decisiones financieras. El desarrollo del modelo que se presenta consiste en analizar los desvíos y, luego, se clasifican en altos o bajos mediante una matriz de contingencias que permite evaluar las variaciones con el F.O.D.A. (Fortalezas – Oportunidades – Debilidades – Ame-

nazas) que permite medir los logros o fracasos en el desarrollo de las acciones de los responsables de la gestión y asimismo deberán considerarse para la proyección de la información prospectiva del próximo ejercicio.

Para la construcción de los escenarios, comenzamos por identificar los indicadores que se pueden utilizar para proyectar las hipótesis y los supuestos hipotéticos, de acuerdo con el objeto social de la empresa.

La exposición de la información adopta la estructura que las normas determinan para revelar la información económica, financiera y el estado de flujo de fondos.

### ***III.1. Estados financieros de cierre de ejercicio comparados con los estados prospectivos***

#### *III.1.1. Estado de resultado*

El objetivo del estado de resultado es evaluar durante la gestión:

- **Eficiencia:** habilidad empresaria en la utilización de recursos disponibles.
- **Efectividad:** éxito que puede alcanzar la empresa en el mercado donde desarrolla su actividad.

La información comparada pretende revelar el escenario prospectivo previsto al comienzo del ejercicio con los alcanzados en la gestión al final del periodo. Su ejecución permitirá profundizar el análisis de las acciones realizadas por los responsables de la organización.

Concluido los procesos destinados a la emisión del estado financiero de cierre de ejercicio se confecciona un informe donde se compara con las componentes del estado de resultado prospectivo; tal como se puede observar en este cuadro y en la columna de porcentaje se determina la variación horizontal de los desvíos.

La técnica para confeccionar los estados de resultados prospectivos se basa en considerar los escenarios macroeconómicos y microeconómicos. Luego, para confeccionar la información, se deben considerar los siguientes aspectos:

- **Proyección de ventas**

Las contingencias que puede enfrentar en la gestión la entidad, deben ser visualizadas en los procesos de proyección, comprende la necesidad de realizar un estudio del mercado donde desarrolla la actividad prin-

cial, para ello se requiere revisar la planificación operativa y las políticas estratégicas del negocio, teniendo en cuenta el sector en que opera la empresa emisora.

Este tipo de estudio es de vital importancia para prever el éxito de las proyecciones y, básicamente, es imprescindible cuando la fortaleza del negocio está centrada en sus operaciones en mercados de consumo masivo. En estos casos debemos destacar que los riesgos pueden provenir de la movilidad de sus actores, tanto de oferta como de demanda, cuyas estrategias permanentes están puestas en la búsqueda de nuevos escenarios que puedan mejorar el rendimiento de sus negocios.

Los aspectos que deben contemplar los estudios para la prospección, comprenden las siguientes cuestiones:

#### **Estructura del mercado:**

- **Oferta:**

- o Atomizado (alto riesgo cuando la cadena de pago se rompe)
- o Oligopólico (con riesgo, según su ubicación en el mercado)
- o Monopólico (muy bajo riesgo dentro de un mercado en crecimiento)

- **Demanda:**

- o Consumo masivo
- o Consumo restringido a ciertos sectores (vinculados con el nivel económico de los consumidores).
- o Monopsónico o monopolio de demanda. (por ejemplo, las grandes cadenas de supermercados).

#### **Aspectos particulares con relación al mercado donde opera la entidad**

- Productos con demanda elástica o inelástica.
- Baja participación en el mercado (empresa marginal).
- Tendencia y situación del mercado: vegetativo o en retroceso.
- Fuerte competencia externa.
- Aparición de productos sustitutos.
- Productos que dependen del poder adquisitivo de la población.
- Los precios de costo aumentan a un ritmo mayor que los de venta.
- Participación en el mercado de competidores irregulares y/o clandestinos (bajos precios porque no pagan impuestos)
- Riesgos políticos (expropiaciones).
- Normas de importación.
- Licencias de tecnología aprobadas por el Estado.
- Políticas cambiarias.

- Fijación de nuevos impuestos que gravan la producción.
- Regulación para producción (alimentos, marcas etc).
- Normas de protección ecológica.

### Técnicas de comercialización y marketing

- Realizar estudios e investigaciones de mercado.
- Proponer diseños y estudios para realizar campañas publicitarias.
- Promover políticas de ventas, plazos y precios.
- Establecer posibles canales de distribución:
  - o Distribución exclusiva
  - o Mayoristas o minoristas
  - o Venta directa al consumidor
- Estudiar cómo evoluciona la venta respecto a la evolución del sector económico en el que actúa la empresa.
- Establecer mecanismos confiables para obtener información actualizada sobre la acción de sus competidores.

#### PLANILLA DE CÁLCULO - Estado de Resultados

	PROSPECTIVO	CIERRE	%
Ingresos por Ventas	16143689,65	15639006,03	-3,126197
Ingresos por prestación de servicios y otros ingresos	106209,6	156738,19	47,574406
<b>Ingresos de Actividades Ordinarias</b>	<b>16249899,25</b>	<b>15795744,22</b>	<b>-2,794817</b>
Costo venta de bienes y servicios prestados	-13949249,3	-13991604,46	0,3036375
<b>GANANCIA (PÉRDIDA) BRUTA</b>	<b>2300649,95</b>	<b>1804139,76</b>	<b>-21,58130</b>
Gastos de Comercialización	-1404139,65	-1528714,67	8,8719822
Gastos de Administración	-344792,4	-339166,64	-1,631636
Otros Ingreso Operativos	22587,6	203320,97	800,14416
Otros gastos Operativos	-113494,8	-99975,92	-11,91145
Resultado participación en subsidiarias, asociadas y negocios conjuntos	35004,91	264428,81	655,40491
<b>RESULTADO OPERATIVO</b>	<b>\$495815,61</b>	<b>304032,31</b>	<b>-38,68036</b>
Ingresos Financieros	455557,2	483940,35	6,2304250
Costos Financieros	-1014855	-972939,03	-4,130242
<b>(PÉRDIDA) GANANCIAS DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-\$63482,19</b>	<b>-184966,37</b>	<b>191,36734</b>
Impuestos a las ganancias	16700	-10570,89	-163,2987
<b>(PÉRDIDA) GANANCIAS NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>-\$46782,19</b>	<b>-195537,26</b>	<b>317,97372</b>
<b>OTRO RESULTADO INTEGRAL QUE SE RECLASIFICARÁ A RESULTADOS EN PERIODOS POSTERIORES</b>			
Resultados por Cobertura de inversiones en subsidiarias, asociadas y negocios conjuntos.	-227538,35	-523283,26	129,97585
Diferencia de cambio por conversión de inversiones en subsidiarias, asociadas y negocios conjuntos	180200	523415,1	190,46342
<b>OTRO RESULTADO INTEGRAL NETO DEL EJERCICIO QUE SE RECLASIFICARÁ A RESULTADOS EN PERIODOS POSTERIORES</b>	<b>-47338,35</b>	<b>\$131,84</b>	<b>-100,2785</b>
<b>RESULTADO INTEGRAL TOTAL NETO DEL EJERCICIO</b>	<b>-\$94120,54</b>	<b>-195405,42</b>	<b>107,61187</b>
(Pérdida) Ganancia neta por acción			
Básico y Diluido			

### **Proyección de producción**

Para la proyección de la producción es fundamental tener en cuenta los programas de ventas. El área de producción debe responder al principio de eficiencia operativa, que significa proyectar las actividades para alcanzar la mayor productividad con el menor costo.

Los riesgos vinculados con el uso de los recursos necesarios para la producción deben ser adecuadamente evaluados, para la confección de la proyección de producción, y éstos pueden relacionarse con las siguientes cuestiones:

- Dependencia de materia prima y /o repuestos importados.
- Dependencia de tecnología *know-how*.
- Licencias de regalías del exterior.
- Inadecuado equipamiento o excesiva capacidad ociosa.
- Falta de mano de obra capacitada.
- Flexibilidad para atender aumentos o disminuciones de demanda.
- Mala utilización de tecnología adecuada.
- Escaso desarrollo técnico de un producto nuevo.

### **Proyección de costos de producción**

Para la proyección de costo de producción es necesario considerar las siguientes cuestiones, vinculadas con los aspectos que pueden representar restricciones operativas, de acuerdo con la rama de actividad que se desarrolla:

- Normas de importación.
- Licencias de tecnología aprobadas por el estado.
- Políticas cambiarias.
- Fijación de nuevos impuestos.
- Regulación para producción: (alimento).
- Normas de protección ecológicas.

### **Proyección de gastos de explotación**

La proyección de gastos de explotación debe reflejar los gastos fijos que demandará el funcionamiento del negocio. Se trata de todas aquellas erogaciones que no pueden incorporarse al costo o no representan un activo. En doctrina se las denomina “costos expirados”, ya que no se las puede relacionar directamente con los ingresos generados por las ventas de los productos o la prestación de servicio, según se trate el objeto social de la entidad; y por lo tanto, se cargan directamente a los resultados del ejercicio.

### Proyección de resultados financieros:

Los resultados de financiación comprenden los siguientes conceptos:

- **Intereses:** pagados o cobrados por la gestión de financiación de activos y pasivos.
- **Diferencias de cambio:** se vincula con las operaciones en moneda extranjera.
- **Ajuste por inflación:** comprende los resultados por exposición a la inflación, en este aspecto, la legislación vigente pueden impedir su reconocimiento.

#### III.1.2. Estado de Situación Patrimonial

Definición de Activos y Pasivos (según los nuevos estándares aprobados a partir del 2015 por el IASB):

“Un activo es un recurso económico presente, controlado por la entidad como resultado de sucesos pasados”. “Un recurso económico es un derecho u otra fuente de valor que es capaz de producir beneficios económicos”.

“Un pasivo es una obligación presente de la entidad para transferir un recurso económico como resultado de eventos del pasado. El control del recurso económico significa que la entidad controla un recurso económico si se tiene presente la capacidad para dirigir el uso de los recursos económicos con el fin de obtener un beneficio económico que se derivan de ésta”.

PLANILLA DE CÁLCULO - Estado Patrimonial

	PROSPECTIVO	CIERRE	%
<b>ACTIVOS</b>			
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>			
Propiedades, planta y equipo (Nota 1)	1450904,39	1445618,05	-0,3643
Activos Intangibles y plusvalía (Nota 2)	153529,09	150323,35	-2,0880
Inversiones en Subsidiarias, asociadas y negocios conjuntos (Nota 3)	1693606,38	1612721,54	-4,7758
Otros créditos no financieros (Nota 4)	12846,19	14790,44	15,1348
Otros créditos financieros (Nota 5)	62143,28	67272,06	8,25315
Activos por impuestos a las ganancias e impuestos a las ganancias (Nota 6)	10100	21203,94	109,94
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES TOTALES</b>	<b>3383129,33</b>	<b>3311929,38</b>	<b>-2,1045</b>
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>			
Inventarios (Nota 7)	1645789,2	1606310,06	-2,3987
Activos biológicos (Nota 8)	459561,63	200281,99	-56,418
Créditos Impositivos y Aduaneros (Nota 9)	278679,2	253900,87	-8,8913
Anticipos a favor impuestos a las ganancias y presunta (Nota 10)	200449,65	208741,75	4,13674
Otros créditos no financieros (Nota 11)	39853,59	32172,54	-19,273
Otros créditos financieros (Nota 12)	117461,99	180079,97	53,3091
Inversiones en Subsidiarias, asociadas y negocios conjuntos (Nota13)	28460	719357,35	2427,60

Cuentas a cobrar comerciales (Nota 14)l	1175380,8	1420786,19	20,8787
Efectivo y colocaciones a corto plazo (Nota 15)	481668,75	710187,56	47,4431
<b>ACTIVOS CORRIENTES TOTALES</b>	<b>4398844,81</b>	<b>5331818,28</b>	<b>21,2095</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>7781974,14</b>	<b>8643747,66</b>	<b>11,0739</b>
<b>PATRIMONIO Y PASIVOS</b>			
<b>PATRIMONIO</b>			
Capital Social	250448	250448	0
Ajuste integral de Capital Social	230499	230499	0
Primas de Emision	189126	189126	0
Reserva Legal	106041	106041	0
Reserva para futura distribución de utilidades	577645,76	450775,2	-21,9631
Resultados no Asignados	-77522,02	-189842	144,887
Cobertura y Diferencia de Conbersion en Subsidiarias, Asociadas y negocios conjuntos	97303	97431	0,13154
<b>PATRIMONIO TOTAL</b>	<b>1373540,74</b>	<b>1134478,2</b>	<b>-17,4041</b>
<b>PASIVOS</b>			
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>			
Deudas Financieras (NOTA 12)	1819820,4	2283529,2	25,4810
Pasivo por impuesto a las ganancias diferidos (NOTA 6)	44622,9	0	-100
Provisiones para Juicios y reclamos	116309,6	105369,26	-9,4062
<b>PASIVO NO CORRIENTE TOTALES</b>	<b>1980752,9</b>	<b>2388898,46</b>	<b>20,6055</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>			
Deudas comerciales. (Nota 12)	1349062	1794936,65	33,0507
Deudas Financieras (NOTA 12)	2669651,6	2923422,78	9,50577
Deudas sociales y fiscales (NOTA 16)	309531,2	302067,77	-2,41121
Otras deudas (NOTA 12)	99435,7	99943,8	0,51098
<b>PASIVO CORRIENTE TOTALES</b>	<b>4427680,5</b>	<b>5120371</b>	<b>15,6445</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>6408433,4</b>	<b>7509269,46</b>	<b>17,1779</b>
<b>TOTAL DE PATRIMONIO Y PASIVOS</b>	<b>7781974,14</b>	<b>8643747,66</b>	<b>11,0739</b>

## Nota a los estados contables y pautas para la proyección

*Nota 1:* Propiedades, planta y equipo: Se expresa al costo histórico, su saldo revela los cambios por altas, bajas y depreciaciones, el caso que se presenta no se realiza revalúo técnico.

Aspectos que deben analizarse, para evaluar las contingencias:

- Sobrevaluación: por incorporación de revalúos técnicos si se hubieran realizados y activos mal amortizados.
- Resultados financieros activados.
- Obsolescencia técnica de las maquinarias.
- Sobredimensionamiento de la planta industrial.
- Falta de mantenimiento y repuestos.
- Existencia de gravámenes.
- Políticas de reinversión.
- Impedimentos para hacer ampliación.
- *Know-how* y/o tecnología utilizada.
- Medidas de seguridad industrial.
- Seguros inadecuados.

Las nuevas normas internacionales para la emisión de los estados financieros, establecen la necesidad de determinar, al cierre del ejercicio, los

flujos de fondos que generan el uso de estos activos. Para ello, los fondos que se obtendrán por su uso a lo largo de su vida se deben proyectar a valores constantes o decrecientes.

Si la entidad emisora de los estados financieros estuviera desarrollando un proyecto de inversión, será necesario realizar el siguiente análisis:

- Identificar el objetivo de la inversión y, en este caso, si está dirigido a planificar el desarrollo de nuevos negocios que impliquen altos niveles de inversión. Por ejemplo:
  - o La construcción de una nueva planta de producción.
  - o El desarrollo de algunas nuevas líneas de fabricación.
  - o La incorporación de tecnología de alto valor que requiere programas de capacitación y puesta en marcha.

Otros proyectos que, para su puesta en marcha, se desarrollan en el mediano y largo plazo, cuando estos proyectos requieran recursos financieros adicionales a los necesarios para las actividades habituales que realiza la entidad.

El estado contable prospectivo deberá revelar los orígenes y aplicaciones de fondos que requerirá el proyecto de inversión, en la medida que incluya, en sus estimaciones, resultados producto de estos planes de inversión y que, asimismo, produzca efectos en los resultados y en la estructura patrimonial dentro de los doce meses que comprende la proyección.

*Nota 2: Activos Intangibles y plusvalía:* se expresa al costo histórico, su saldo revela los cambios por depreciaciones.

Durante esta última década, la doctrina contable ha desarrollado instrumentos que permiten estimar el valor de recupero de los inmovilizados materiales e intangibles:

- Activos intangibles.
- Llave de negocio.
- Proyecto de Inversión.

En consecuencia, la tarea destinada a reducir los riesgos exige considerar los siguientes aspectos:

Activos Intangibles - Llave de Negocio:

- Obsolescencia técnica.
  - Pérdida o vencimiento del contrato de concesión, marcas, patentes, fórmulas

- Pérdida del valor de la llave por encima de los cargos amortizados.
- Gastos de desarrollo que no pueden ser recuperados.

*Nota 3:* Inversiones en Subsidiarias, asociadas y negocios conjuntos: se expresa al costo de adquisición y sus cambios son producidos por altas y/o bajas.

El control y evaluación de las contingencias del rubro se basa en considerar las siguientes cuestiones:

- **Si se trata de inversiones que otorgan control o influencia significativa, deben contemplar para su valuación las proyecciones de las entidades vinculadas.**

Las inversiones con cotización que se mantienen hasta su rescate, se aplican los criterios de medición que se basan en determinar el valor técnico, es decir el valor de rescate menos el capital ya cobrado, más la renta que se espera obtener, descontado el resultado al momento en que se presupuesta la información.

*Nota 4:* Otros créditos no financieros: en este rubro se incluye anticipos a proveedores y gastos pagados por adelantados.

*Nota 5:* Otros créditos financieros: se refiere a préstamos al personal, siniestros a recuperar, saldo con partes relacionadas y otros diversos.

*Nota 6:* Activos por impuestos a las ganancias e impuestos a las ganancias: se incluyen las diferencias temporales activos y pasivos.

*Nota 7:* Inventarios: incluye *commodities*, cereales y productos semielaborados valuados a valor neto de realización menos costos estimados de ventas. Productos terminados, materias primas y envases.

Nos referimos, a la proyección de producción y su correlato con el presupuesto de costo de producción, y comprende los siguientes rubros:

- Productos terminados.
- Productos en proceso.
- Materias primas.
- Mercadería en aduana o en viaje.
- Mercadería en consignación.

La verificación y control de los datos proyectados exige un análisis, para evaluar las contingencias. La tarea está centrada en considerar el tipo de actividad y en particular en los siguientes aspectos:

- Políticas de stock, punto de pedido, niveles de stock.
- Productos perecederos, de fácil deterioro o siniestro.
- Sujeto a cambio de moda.
- Largo plazo de rotación, problemas de ventas.
- Valuación de productos obsoletos, deteriorados o pasados de moda.
- Normas de seguridad industrial.

Con relación a los objetos que se comercializan, es necesario analizar:

- Productos por encargo (alta especialización, tecnología sin mercado alternativo).
- Estacionalidad (baja rotación, dificultades de provisión y/o venta)

#### *Nota 8: Activos Biológicos*

Los aspectos a considerar para medir las contingencias en Nota 7 Inventarios y Nota 8 Activos Biológicos, se desarrollan en dos planos totalmente vinculados.

*Nota 9: Créditos Impositivos y Aduaneros:* el rubro incluye los anticipos retenciones a las exportaciones y reembolsos a las exportaciones a cobrar.

*Nota 10: Anticipos a favor impuestos a las ganancias:* revelan todos los importes anticipos y saldos a favor de impuestos a las ganancias.

*Nota 11: Otros créditos no financieros:* se trata de los anticipos a proveedores, planta y equipo. Gastos pagados por adelantado y anticipos a proveedores de inventarios.

*Nota 12: Otros créditos financieros:* el rubro incluye: instrumentos financieros a valor razonable; préstamos al personal y otros préstamos; deudores por venta de propiedad, planta y equipo; saldos con partes relacionadas; siniestros a recuperar y otros diversos.

Los instrumentos financieros revisten una importancia significativa a la hora de evaluar las contingencias del rubro. Se trata de activos que cons-

tituyen una fuente inagotable de factores que producen efectos de difícil medición, y que pueden impactar fuertemente en la estructura económica y financiera de la entidad. Los instrumentos financieros, tanto activos como pasivos, incluyen: contratos a término de *commodities*; coberturas de valor razonable y compromisos firmes.

El valor razonable de activos y pasivos financieros se incluye por el importe al que se podría canjear el instrumento en una transacción corriente entre partes de común acuerdo y no en una transacción forzada o de liquidación. Para estimar los valores razonables, de los créditos financieros, se puede utilizar como métodos y supuestos los siguientes criterios:

- El efectivo y las colocaciones a corto plazo, los créditos y otras cuentas por cobrar (corrientes, excepto los préstamos al personal), las deudas comerciales y otras cuentas por pagar (corrientes) se pueden revelar al valor de libros debido al corto plazo.
- La emisora puede evaluar las cuentas por cobrar (no corrientes) y los préstamos al personal sobre la base de parámetros como la tasa de interés, los factores de riesgos de cada país donde funcionan entidades que conforman el conjunto económico, la solvencia del cliente y la características del riesgo del proyecto financiado. De esta forma se puede sostener que los importes en libros de estos instrumentos financieros, no serán sustancialmente diferentes a los valores razonables calculados.
- El valor razonable de las deudas financieras se estima descontando los flujos de efectivo futuros utilizando las tasas disponibles para deudas con condiciones, riesgos crediticios y vencimientos similares.
- Los instrumentos financieros como contratos a términos de moneda extranjera y contratos a términos de *commodities* se pueden utilizar las posiciones en mercado de futuro. En las técnicas de valuación se puede aplicar los modelos de permuta y su fijación de los precios a término, que utilizan cálculos del valor actual.

Jerarquía de los valores razonables:

- Nivel 1: Precios cotizados en mercados activos o pasivos idénticos.
- Nivel 2: Otras técnicas para las que los datos que tienen un efecto significativo sobre el valor razonable registrado son observables, directa o indirectamente.
- Nivel 3: Técnicas que utilizan datos que tienen un efecto significativo sobre el valor razonable registrado que no se basan en información observable de mercado.

Cuando la entidad emisora lleva a cabo contratos de compra venta en mercados a término de granos y a efecto de mitigar el riesgo asociados al cambio en el valor de los stocks físicos y compromisos en firme de compra y o venta debe considerar, frente a un mercado alcista debería registrar pérdidas en los instrumentos de cobertura y como contrapartida una revaluación de inventarios.

El control del rubro asimismo se basa en considerar, entre otros aspectos, las siguientes cuestiones:

- Volatilidad de los mercados.
- Inversiones de alto o mediano riesgo.
- Con cotización en el panel de acciones con poco nivel de circulación.
- Fondos de inversiones constituidos por un porfolio de acciones de alto o mediano riesgo.
- De libre disponibilidad.
- Inversiones con contrato a término y con seguro de riesgo.
- Con cambio asegurado.

*Nota 13:* Inversiones en subsidiarias, asociadas y negocios conjuntos: la información que brinda el anexo es el siguiente: activo no corriente: nombre de las subsidiarias; asociadas y negocios conjuntos. Activo Corriente: asociaciones y negocios conjuntos. Para cada sociedad se presenta la siguiente información: actividad; clase de acciones; valor nominal; cantidades; % sobre el capital social; plusvalía; capital social de las subsidiarias; capital revaluado; y patrimonio neto.

*Nota 14:* Cuentas por cobrar comerciales: cuentas por cobrar mercado interno; mercado externo; partes relacionadas; previsión por incobrables.

Para determinar los saldos de este rubro se utilizan los datos proyectados de ventas y los orígenes de fondos que provienen del estado de flujo de fondos.

Las políticas de créditos que la entidad establece para sus clientes pueden producir cambios en las condiciones de penetración en el mercado, incrementando o disminuyendo las ventas, según los planes de financiación de operaciones.

El estudio del rubro para determinar su razonabilidad en la proyección nos plantea la necesidad de establecer cuál es su evolución, de acuerdo con las modalidades operativas del negocio, centrandó los análisis en la composición del rubro:

- Tipos de concentración por clientes que representan más del 25% de la cartera.
- Créditos por rama de la industria o área geográfica.
- Listados de los clientes que cumplen con los compromisos regularmente, los clientes morosos y las posibles incobrabilidades.
- Créditos contractuales, considerando el grado de cobertura legal.
- Dependencia de uno o pocos distribuidores.
- Valor de los créditos a cobrar (constructoras, por ejemplo) y valor de las garantías.
- Estado de situación sobre saldos de cuentas a cobrar entre las sociedades controladas o vinculadas.

Una sólida política de créditos debe imponer algunos objetivos esenciales; por ejemplo que los plazos y tasas de crédito que se otorguen deben guardar una relación razonable con la financiación que se obtienen de los proveedores. Si bien, en muchos casos, estas relaciones no ocurren, un ejemplo clásico es el de los grandes supermercados, que trabajan con el stock de sus proveedores y les imponen las condiciones de venta y financiamiento.

Otro aspecto para la evaluación en relación al riesgo se basa en considerar los plazos de financiación. En este sentido, debemos señalar que a mayor plazo y menor nivel de rotación de créditos el negocio enfrentará mayores riesgos crediticios.

*Nota 15:* Efectivo y colocaciones a corto plazo: efectivo en caja y bancos; colocaciones realizables dentro de los 90 días.

*Nota 16:* Deudas sociales y fiscales: los conceptos que comprende el rubro son: remuneraciones y cargas sociales a pagar; percepciones y retenciones a depositar; y otras provisiones fiscales.

En la proyección, el saldo de este rubro debe contemplar los siguientes pasivos:

- Las deudas previsionales e impositivas, incluyendo recargos e intereses por morosidad o pagos fuera de término.
- El monto de las deudas fiscales y de los planes de facilidades.

**Deudas financieras.** Para analizar las contingencias de este rubro, deberá considerarse la capacidad que la entidad tiene para acceder a los mercados financieros alternativos, que no provengan de los mercados de capitales y de acuerdo con las necesidades operativas, en estos casos deberá evaluarse los siguientes factores:

- Concentración de acreedores bancarios.
- Calidad de bancos y cambio frecuente de bancos.
- Deuda con entidades vinculadas.
- Deuda bancaria a corto plazo para financiar inversiones de largo plazo
- Deudas bancarias en moneda extranjera, plazo, seguro de cambio si existe, garantía real.

### Análisis de las contingencias comparando los Estados Financieros con los Prospectivos:

El proceso de análisis de las contingencias resultantes de evaluar las variaciones entre los estados financieros de cierre (EEFF de cierre) con los estados prospectivos de cierre (EPPP de cierre) ambos referidos a la misma fecha, el cuadro que se desarrolla es un detector de alertas sobre posibles contingencias, que pueden representar oportunidades y amenazas.

CONTINGENCIA = Magnitud de la Contingencia- OPORTUNIDADES - AMENAZAS							
CONTINGENCIA	5	5	10	15	20	25	<b>TABLA PARA CLASIFICAR DE CONTINGENCIAS</b> Alta Contingencia (12 a 25 < 25) Mediana Contingencia (10 a12) Baja Contingencia (0-9) Los VALORES para evaluar las contingencia, surgen entre la variación H con la V del EEFF y se toma la menor. <b>VALORES:</b> 0 a 9 Baja (Positivo + o Negativo -) 10 a 12 Mediana (Positivo + o Negativo -) 12 a 25 < 25 Alta (Positivo + o Negativo -)
	4	4	8	12	16	20	
	3	3	6	9	12	15	
	2	2	4	6	8	10	
	1	1	1	1	1	1	
		1	2	3	4	5	
OPORTUNIDADES - AMENAZAS							
EPPP - EEFF FRENTE A LAS CONTINGENCIAS							
	HORIZONTA L	EPPP VERTICA L	EEFF VERTICA L	Valores			
ACTIVO NO CORRIENTE	-2,10	BAJA	43%	38%	-2,10		
ACTIVO CORRIENTE	20,43	ALTA	57%	62%	20,43		
ACTIVO TOTAL	10,67	MEDIAN A	100%	100%	10,67		
PATRIMONIO NETO	-19,08	ALTA	18%	13%	-19,08		
PASIVO NO CTE.	20,60	ALTA	25%	28%	20,60		
PASIVO CORRIENTE	15,64	ALTA	57%	59%	15,64		
TOTAL PATRIMONIO NETO y PASIVO	10,67	MEDIAN A	100%	100%	10,67		

<b>CONTINGENCIA = Probabilidad de Oportunidades y Amenaza * Magnitud de la Contingencia</b>					
<b>RUBROS EEPF - EEPF FRENTE A LAS CONTINGENCIAS</b>					
	HORIZONTAL		EEP F VERTICAL	EEP F VERTICAL	Valores
RUBROS ACTIVO NO CORRIENTE	-2,10	BAJA	43%	38%	-2,10
ACTIVO CORRIENTE	21,20	ALTA	57%	62%	21,20
ACTIVO BIOLÓGICOS	-56,41	BAJA	10%	4%	4%
CUENTAS A COBRAR COMERCIALES	20,87	ALTA	27%	27%	20,87
EFFECTIVO Y COLOCACIONES CORTO PLAZO	47,44	MEDIANA	11%	13%	13%
PATRIMONIO NETO	-19,08	ALTA	18%	13%	-19,08
RESULTADOS PARA FUTURA DISTRIBUCION	21,96	ALTA	38%	30%	21,96
PASIVO NO CTE.	20,60	ALTA	25%	28%	20,60
DEUDAS FINANCIERAS	25,48	ALTA	92%	96%	25,48
PASIVO CORRIENTE	15,64	ALTA	57%	59%	15,64
DEUDAS COMERCIALES	33,05	ALTA	30%	35%	33,05
DEUDAS FINANCIERAS	9,5	MEDIANA	60%	57%	9,5
<b>RUBROS ERPF - ERPF FRENTE A LAS CONTINGENCIAS</b>					
	HORIZONTAL		EEP F VERTICAL	EEP F VERTICAL	Valores
INGRESOS ACTIVIDADES ORDINARIAS	-2,79	BAJA	100%	100%	-2,79
COSTO DE VENTA	0,30	BAJA	83%	86%	0,30
GANANCIA BRUTA	-21,58	ALTA	14%	11%	-21,58
RESULTADO OPERATIVO	-38,68	ALTA	3%	2%	-38,68
GANANCIA (PERDIDA) DEL EJERCICIO	191,36	BAJA	0%	1%	1%
(GAN. BRUTA) - (-G.C.-G.A.+O.I.-O.G.+RSA)					
GANANCIA BRUTA	-21,58	ALTA	49%	40%	-21,58
GASTOS COMERCIALES (G.C.)	8,87	BAJA	30%	34%	8,87
(RESULTADO OPERATIVO) -(+IF -CF+GE)					
INGRESOS FINANCIEROS (I.F.)	6,23	BAJA	30%	29%	6,23
COSTO FINANCIEROS (C.F.)	-4,19	BAJA	66%	59%	-4,19

**CUADROS EEPF y EEPF:** El objetivo de los cuadros se basa en clasificar las contingencias que pueden representar oportunidades o amenazas. El comité responsable de la emisión de los estados prospectivos, deberá identificar los alertas que se han obtenidos después de comparar la variaciones verticales y horizontales, para luego centrar su análisis en aquellos valores que califican como alto o medio nivel de contingencia.

Un valor medio o alto puede representar una oportunidad o una amenaza, en consecuencia es necesario determinar el o las áreas de gestión responsables de gestionar los recursos económicos que integran los activos, su relación con la evolución de los pasivos y su vinculación con los indicadores que surjan del análisis del estado de resultados.

La posibilidad de clasificar la variaciones en oportunidades o en amenazas, permitirán determinar el éxito o fracasó en la gestión de los responsables y puede constituir una alerta que permite definir estrategias para mitigar las amenazas cuando estas constituyan un factor de riesgo para la empresa o para potenciar las oportunidades. Cabe señalar que las variaciones pueden también resultar neutras por cambios que sufrieron los escenarios macroeconómicos o microeconómicos durante el periodo que abarca los estados financieros y no se pueden asignar a fallas en la gestión. No obstante las alertas pueden influir en la confección de los escenarios que van a cons-

tituir la base en la confección del estado prospectivo del próximo ejercicio.

Los cuadros de los EEPP y los EEFF comparados brindan las alertas frente a las contingencias y su vinculación con las oportunidades o amenazas que, si se cuenta con evidencias claras sobre las existencias de riesgos, deben ser contempladas en las proyecciones del próximo ejercicio. En el caso que analizamos son los siguientes:

- \* Activo Corriente: EEFF es mayor a los EEPP 20,43 % ALTO.
- \* Cuentas a cobrar comerciales: EEFF es mayor a los EEPP 20,87 % ALTO.
- \* Efectivo y colocaciones de corto plazo: EEFF en su variación horizontal con respecto EEPP es el 47,44 % y en tanto su participación vertical es del 13 % MEDIO.
- \* Patrimonio neto: Disminuye los Resultados para futura distribución en los EEFF en un -21,96 % se califica como alerta ALTO.
- \* Deuda financiera no Corrientes: se incrementó EEFF en un 25,48 % ALTO, considerando la reducción del Patrimonio Neto.
- \* Deudas comerciales Corrientes: se incrementó EEFF en un 33,05 % ALTO. Las mismas consideración corresponden para las Deudas financieras no Corrientes.
- \* Deudas financieras Corrientes: se incrementó EEFF en un 9,50 % MEDIO ocurre lo mismo con las Deudas financieras no Corrientes.

Las alertas frente a las contingencias y su vinculación con las oportu-

<b>RUBROS ERPP - EEFF FRENTE A LAS CONTIGENCIAS</b>					
	<b>HORIZONTAL</b>		<b>EEPP VERTICAL</b>	<b>EEFF VERTICAL</b>	<b>Valores</b>
INGRESOS ACTIVIDADES ORDINARIAS	-2,79	BAJA	100%	100%	-2,79
COSTO DE VENTA	0,30	BAJA	83%	86%	0,30
GANANCIA BRUTA	-21,58	ALTA	14%	11%	-21,58
RESULTADO OPERATIVO	-38,68	ALTA	3%	2%	-38,68
GANANCIA (PERDIDA) DEL EJERCICIO ANTES IMPUESTOS	191,36	BAJA	0%	1%	1%

nidades o amenazas que exponen los cuadros de los ERPP y los ERFFF comparados son los siguientes:

\* Ingresos actividades ordinarias: ERFFF es menor a los ERPP -2,79 contingencia BAJO

\* Costo de Ventas: ERFFF es mayor a los ERPP 0,39 contingencia BAJO

\* Ganancia Bruta: ERFFF es menor a los ERPP -21,58 contingencia ALTO. Los Costos de Ventas representa respecto a los Ingresos ERFFF 86 % ERPP 83 %.

\* Resultado operativo: ERFFF es menor a los ERPP -38,68 contingencia ALTO. Los Gastos Comerciales de los ERFFF representan 34 % ERPP 30 % respecto a los Resultados Ordinarios que significa 8,87 % contingencia ALTO.

\* Ganancia (Pérdida) del ejercicio antes de impuestos contingencia BAJO.

#### **IV. Conclusiones**

La visión prospectiva, fundamentalmente, tiene como objetivo brindar información esencial para:

- Visualizar un futuro cuando este no puede ser visto simplemente como una prolongación del pasado.
- Servir de base para la toma de decisiones financieras, anticipando sus efectos en el futuro.
- Rendir cuentas sobre los efectos económicos y financieros que producen, las acciones y la definición de prioridades que estratégicamente se han planificado para actuar en forma preventiva y de anticipación vinculadas con las amenazas que pueden impactar a la empresa.

El objetivo es permitirles a los inversores de los mercados de capitales y a los “stakeholders” observar lo que se espera que ocurra en los próximos doce meses y cuáles son los efectos de las acciones que los responsables de la gestión llevarán a cabo en relación al objeto social que explota la empresa y cuando corresponda demostrar su sustentabilidad.

La responsabilidad de la emisión de los Estados financieros prospectivos es de la entidad y, en oportunidad de su emisión al cierre del ejercicio, esta obligado a revelar aquellas cuestiones que puedan poner en riesgo la

continuidad de parte o de todas las actividades que en el futuro va a desarrollar la empresa. Para aquellas entidades que operan con riesgo de daño al medio ambiente, a través de este instrumento deberán revelar el grado de sustentabilidad.

Los Estados financieros prospectivos deben reflejar una “imagen fiel” advirtiendo a los usuarios que se tratan de proyecciones que contienen hipótesis y supuestos hipotéticos que se proyectan sobre la base de la planificación operativa y estratégica que la empresa emisora prevé para su gestión durante el próximo ejercicio.

Los escenarios para la prospección, deben considerar los aspectos macroeconómico y microeconómico, con especial reconocimiento de los riesgos que puede presentar los mercados donde actúa la entidad emisora y desde el punto de vista microeconómico los riesgos de gestión.

Finalmente se presenta un caso de estudio destinado a la detección de las alertas de las contingencias que puede enfrentar la entidad emisora en su gestión. Se trata de comparar los Estados financieros de cierre de ejercicio con los Estados financieros propepectivosque abarca el mismo periodo y, que se presentaron a principio del ejercicio acompañando a los Estados financiero al cierre de ejercicio anterior. El objetivo es presentar un mapa de situación para que la entidad emisora pueda mejorar la perspectiva del próximo ejercicio y evalúe la gestión de los responsables operativos de la entidad.

## **Bibliografía**

IASB. Normas internacionales de información financiera.

IASB (2014). International Accounting Standards Board. NIIF 1 Marco Conceptual.

IASB (2013). International Accounting Standards Board. NIIF 13 Valor Razonable.

MATTESSICH, R. (2002). *Contabilidad y Método Analítico*. Editorial La Ley, Bs. As.

NIIF (2012). *Fundamentos de las conclusiones de la NIIF 13*, publicadas en Ediciones Buyatti.

# **ANÁLISIS DE LAS VARIABLES QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO ÉTICO PROFESIONAL EN UN CONTEXTO DE SUSTENTABILIDAD**

*SCAVONE COSTA, Graciela María*

*Doctora en Contabilidad*

*Universidad de Buenos Aires*

*Correo: gscavone@gmail.com*

## **Resumen**

Dado que la realidad del siglo XXI presenta gran complejidad, y que la información contable y su representación de la realidad requieren de concepciones alineadas con la evolución humana, sumando valor desde una perspectiva epistemológica, ontológica, antropológica y ética, que guíe el proceso de cambio y contribuya a comprenderlo, se torna imprescindible plantearse la revisión de códigos de comportamiento que guían el accionar del profesional contable.

Herramientas de calidad, y valores éticos, habilitarán al contador a intervenir la realidad organizacional para dar respuesta a las inquietudes de los grupos de interés, deseosos de incrementar la calidad, y fiabilidad, fortaleciendo la información con sus aspectos sociales, ambientales, y de gobernabilidad. Esto requiere de un profesional contable con competencias y valores concordantes con las nuevas realidades.

Para ello, es necesario identificar las variables que influyen en los códigos de ética profesional, y analizar si los mismos alcanzan para impulsar una conducta que respondan a las expectativas de las organizaciones y de las comunidades actuales.

Este trabajo propone la consideración de principios de conducta que contemplen la actuación profesional en contextos orientados hacia el desarrollo sustentable, que incluyen respecto por el hombre y por el ambiente en un marco de integridad en el desempeño personal y profesional.

La mayoría de los contadores han otorgado precedencia en su desarrollo profesional a aspectos relacionados con normativas y regulaciones estrictamente técnico profesionales, una sistemática capacitación que contribuya a afianzar conductas más sustentables favorecerá su evolución y las expectativas de los grupos con los que interactúa.

**Palabras Clave:** Conducta profesional – sustentabilidad – ética-

## **Abstract**

Given that the reality of the 21st century presents great complexity, and that accounting information and its representation of reality require conceptions aligned with human evolution, adding value from an epistemological, ontological, anthropological and ethical perspective, which guides the process of change and contributes to understanding it, it becomes essential to consider the revision of codes of behavior that guide the actions of the accounting professional.

Quality tools and ethical values will enable the accountant to intervene in the organizational reality in order to respond to the concerns of interest groups that wish to increase quality and reliability, strengthening the information with its social, environmental and governance aspects. This requires a professional accountant with skills and values consistent with the new realities.

To this end, it is necessary to identify the variables that influence professional codes of ethics, and to analyze whether they are sufficient to promote conduct that meets the expectations of current organizations and communities.

This work proposes the consideration of principles of conduct that contemplate professional performance in contexts oriented towards sustainable development, which include respect for man and the environment within a framework of integrity in personal and professional performance.

Most accountants have given precedence in their professional development to aspects related to rules and regulations strictly technical professionals, a systematic training that contributes to strengthen more sustainable behaviors will favor its evolution and the expectations of the groups with which it interacts

**Keywords:** Professional conduct – sustainability – ethics

## I. Introducción

La realidad del siglo XXI se presenta con una alta complejidad, ante este panorama, la consecuencia ineludible es que existe un problema de coherencia entre el mundo real y la disciplina contable. Esta disciplina asiste a los grupos interesados en la información de las organizaciones a interpretar-la y utilizarla para obtener respuesta a sus inquietudes.

La representación contable de la realidad es un compromiso que debe ser afrontado por medio de metodologías y mecanismos que estén en concordancia con el avance del pensamiento científico-contable. Dar cuenta de la realidad: percibirla, interpretarla y representarla, es una cuestión que únicamente puede empezar a ser resuelta con una reflexión epistemológica, ontológica, antropológica y ética.

La ontología inspira nuevas discusiones alrededor de la contabilidad; ubica en el centro de la discusión la relación contabilidad-realidad, fundada en el campo principalmente de lo registral. La evolución de la sociedad hacia lo global viene transformando la realidad contable poniendo en evidencia una crisis entre la realidad representada y la Teoría subyacente.

Reflexionar sobre la representación en contabilidad se ha transformado en un elemento esencial que exige un compromiso para representar la realidad de las organizaciones, lo que implica no solamente el juicio epistemológico sino ontológico y de cuestiones prácticas de los problemas de representación de la realidad contable.

“La denominada Realidad Contable es una representación de parte de la realidad condicionada por la variable espacio temporal, por ende es dinámica y cambiante. Está compuesta por una realidad física (cosas materiales, personas) y por una realidad socioambiental (bienes inmateriales, derechos, obligaciones, fenómenos). En ella se perciben relaciones o impactos entre los distintos entes (físicos o ideales), entre ellos y los objetos (materiales e inmateriales), etc. que interesa representar a la disciplina para cumplimiento de sus objetivos...” (Fernández Lorenzo, Liliana E. y Geba, Norma B., 2009).

En mi opinión, coincidentes con destacados autores, la Contabilidad es una ciencia social, del tipo de las tecnologías, que debe ser investigada con el rigor del método científico, la cual puede ser modelizada y que se nutre de otros saberes para el análisis de su objeto de estudio. Otras disciplinas deberían contribuir a la explicación de sus premisas, en una cooperación mutua, que realice aportes a zonas de su objeto de conocimiento.

El objeto de estudio de la contabilidad es la realidad económica y social o socioambiental, es decir incluyendo el medio ambiente natural. El desarrollo del paradigma de “utilidad para la toma de decisiones” y los desarrollos teóricos que se conocen como “agencia e información”, en el ámbito de la contabilidad parten de considerar la presencia de los usuarios de la información y la concurrencia de múltiples intereses en la toma de decisiones. Estos desarrollos teóricos consideran a los usuarios potenciales de la información y las manifestaciones de sus intereses económicos, sociales, políticos, culturales, como elementos que resultan esenciales para considerar una contabilidad que dé cuenta de los requerimientos operantes en una sociedad.

La contabilidad como exigencia de sus fundamentos ontológicos y antropológicos plantean la necesidad de constituir estructuras teóricas y categorías que en forma integral y sistemática le entreguen respuestas adecuadas al entorno, que estén en función de los desarrollos de la organización, de la sociedad y en especial, de los grupos de interés que tienen nuevas demandas en el marco de acciones integrales, donde lo sustentable se constituye en el conjunto de aportes transparentes que facilitan la toma de decisiones.

El contador público, que se desempeña en este mundo complejo, debe poder contar con un bagaje de herramientas que le permitan interactuar al nivel que la nueva sociedad demanda, sumando valor en su actuación con un compartimiento técnicamente de calidad y valores éticos que acompañen su accionar.

## **II. Desarrollo sostenible del ejercicio contable**

Existen distintas definiciones de “Desarrollo sostenible o sustentable”. Por ejemplo: “un desarrollo sostenible es, en versión más amplia, un desarrollo socialmente deseable, ambientalmente factible y económicamente deseable”. Labandeira, León y Vázquez (2006) .

Este concepto lleva a un cambio que requiere una cultura nueva, basada en la consideración de los aspectos sociales, en el respeto a la naturaleza, en nuevos paradigmas económicos, tecnológicos y legislativos, en nuevos paradigmas de producción y de consumo, y valores éticos transversales a todas las iniciativas asociadas.

En esta situación emergente aparecen nuevos desafíos, que dan lugar a un nuevo desarrollo de la profesión contable. El entorno está sujeto a un

cambio profundo que supone alteraciones a nivel mundial. Las mismas se caracterizan por los siguientes aspectos:

- Globalización de la economía debido a la liberalización y a la desregulación de sectores básicos.
- Generación de ganancias por incremento de las mejores prácticas y tecnologías disponibles
- Trabajo y comercio justo como variables a considerar.
- Desarrollo acelerado de las tecnologías de la información.
- *Conocimiento* como factor de producción
- Mayor protagonismo de los mercados financieros.
- Mayor disposición a identificar riesgos y dar respuestas proactivas.

La teoría de la contabilidad de triple resultado —ambiental, social y económica— responde a una concepción a partir de la cual, la contabilidad se articula como una ciencia al servicio de la sostenibilidad. La contabilidad debe evaluar la sostenibilidad de las organizaciones en estas tres dimensiones.

Esta nueva realidad impulsa la transformación del profesional contable en una persona con un perfil que refleje competencias no solamente de orden disciplinar sino también que hagan su formación espiritual y de respeto al ser humano en todos los campos de actuación.

El contador cuenta con lineamientos institucionales plasmados en códigos de ética que pretende guiar su actuación responsable, equitativa y honesta. Sin embargo, el interrogante es si estos referentes están hoy en concordancia con las demandas de grupos de interés cada vez más sensibilizados con las dimensiones de la sustentabilidad orientadas al bienestar humano.

### **III. Consideraciones acerca del concepto de valor**

La Contabilidad no es positiva, ni normativa, ni es inductiva o deductiva, no tiene un método único, ni una manera exclusiva de abordar su estudio, asume una posición ecléctica en la cual toma de cada herramienta metodológica lo más útil, al igual que hacen otras ciencias humanas.

El problema de la “realidad” en Contabilidad está vinculado a la utilidad de la información para la toma de decisiones, condicionado por la percepción de costo-beneficio. Se funda en el costo de generar la información y la utilidad que la misma representa para el usuario, tanto interno como externo. Es así que la medición representa un problema central de la Contabilidad, se habla por ejemplo de valoración, de determinación de utilidad y de mantenimiento de distintos tipo de capital (financiero como ambiental, social, intelectual), lo que exige la comprensión de valores reales y nominales, entre otras importantes consideraciones. Destaco que un enunciado contable que omita el contexto, deliberadamente o no, brinda un mensaje inevitablemente incompleto, por lo tanto es preciso que se considere:

- Desde el punto de vista del usuario, reconocer que los informes contables, en general, no contienen todos los elementos que permitan una percepción adecuada de la realidad, es una prevención necesaria.
- Desde la óptica del constructor de la información, examinarla para asegurarse de que se han provisto las bases que el lector necesita para interpretar el mensaje razonablemente.

Se advierte claramente que existe una brecha entre la información que las entidades brindan y las necesidades que tiene un inversor en cuanto al valor del emprendimiento y su prospectiva, por lo que urge la innovación en materia de medición y exposición contable. La medición contable adecuada puede ayudar a cerrar esta brecha proveyendo las bases para que las entidades expliquen la creación de valor, en forma mucho más efectiva, para los mercados de capitales y otros interesados.

Explicar el valor del emprendimiento que surge de los informes financieros tradicionales, sólo refleja parte de la historia. Podemos decir, que siempre hay tres elementos clave que es necesario explicar:

- 1) el formato y el desempeño de la entidad basado en la información financiera y operacional, para comprender el estado actual del emprendimiento;
- 2) el probable efecto de los riesgos y oportunidades en los planes prospectivos, para ayudarle al lector a comprender tanto el contexto en el

---

<sup>1</sup> Según la Real Academia española, el término “Capital” tiene distintas acepciones de las cuales tomé las siguientes para explicar mi posición: 1-Hacienda, caudal, patrimonio. 2-. Valor de lo que, de manera periódica o accidental, rinde u ocasiona rentas, intereses o frutos. Es este segundo significado el que puede abarcar un concepto ampliado como el que merecen los distintos capitales incluidos en una perspectiva de sustentabilidad, es por ello que utilizo el término en este sentido, no restringiéndolo a la esfera estricta de lo patrimonial.

que se insertan estos planes y el grado de incertidumbre para tener una perspectiva del impacto en el valor del emprendimiento;

3) el valor de largo plazo del emprendimiento, sus amenazas y oportunidades, que afectarán la evaluación.

Una visión conjunta de estas características puede brindar una perspectiva más completa acerca del desempeño y el valor del emprendimiento, cerrando la brecha entre lo que la entidad hace y lo que informa.

Esto representa cambio cultural importante: cambia el foco dirigido hacia el cumplimiento, hacia un enfoque liberado por las necesidades de los usuarios y las actividades del emprendimiento, en el cual el contador actúa, en diferentes roles, pero siempre interpretando el contexto y lo que se espera de su desempeño.

Medir es establecer una correspondencia entre cuestiones del mundo real y los elementos de un sistema de numeración. El establecimiento de esta correspondencia requiere la utilización de ciertas reglas de medición, que tenderían a excluir las valoraciones con componentes subjetivos.

Si partimos de la premisa que los mercados necesitan productos y servicios que tengan garantía de sustentabilidad. ¿Cómo establecer estas cuestiones si no se adopta una medición adecuada, acompañada por valores éticos y de consideración del bienestar humano?

### ***III.1. El proceso de medición***

El proceso de medición característico y propio de las ciencias sociales y en especial de la Contabilidad es la cuantificación. Es conveniente destacar que el concepto de medición aquí expresado adhiere a la doctrina ampliamente extendida que trabaja con una idea de medición concebida en un sentido amplio, dentro del cual se incluyen distintos procesos valorativos.

Para que la función de transformación tenga un significado concreto es preciso establecer previamente la dimensión a la que se refiere la medición, es decir, características de volumen, costo, tiempo, etc. de la cuestión objeto de medición. Por otro lado habría que establecer el tipo de clasificación que da lugar a la medición, vale decir, la escala de la medición. Esta supone distintos resultados en función del modelo y las reglas de medición utilizados.

Si entendemos el lenguaje como representación de los fenómenos del mundo real, la medición podría considerarse un tipo especial de lenguaje, el

cual representa objetos y relaciones entre objetos por medio de símbolos cuantitativos y descriptivos, por lo tanto, un proceso de medición debe considerar aspectos tales como las dimensiones de la actividad que se tome en consideración, la escala, las unidades empleadas y la definición de la operación en sí misma.

Dentro de las organizaciones, el proceso de medición debe incluirse en el sistema de información de la entidad. La estructura de un proceso de medición condiciona el proceso de decisión, y viceversa, limitadas ambas por la estructura del sistema de información.

Los objetivos cuantitativos de la significación pueden ser definidos usando los conceptos tradicionales para informar lo trascendente, sin embargo cuando se trata de criterios cualitativos se deben incluir conceptos como la reputación, la credibilidad, la sensibilización y otras estrategias relevantes.

El concepto económico de valor tiene una proyección en dos sentidos: retrospectiva, orientada a evaluar los resultados de acciones pasadas, y otra que se proyecta hacia las actuaciones futuras de acuerdo con un enfoque prospectivo.

En mi opinión, el segundo enfoque reviste un interés mayor, puesto que el pasado es sólo una fuente de experiencia para mejorar la medición y la valoración prospectivas, que no pueden efectuarse sobre la base de acontecimientos puramente histórico, desfasados con respecto a los fenómenos actuales y futuros, únicos realmente útiles para la toma de decisiones. Por otra parte, los hechos producen por su naturaleza una dualidad que desde el punto de vista del sujeto implicado en las acciones se manifiesta en dos sentidos como expresa Ijiri: sacrificio y utilidad. (Ijiri ,1967)

Por lo expuesto, la valoración en sí misma es un proceso de decisión que nos enfrenta a estrategias como la responsabilidad social empresarial y su medición, cuestión que requiere distinguir entre el problema de definir el valor en principio, y el de encontrar métodos prácticos de medición para cada aproximación conceptual, que involucra desempeño ético.

#### **IV. El aporte de HUME**

La disciplina contable facilita la interpretación del desempeño de las organizaciones. Intenta aproximarse a la realidad. Sin embargo, suponemos que no existe una única realidad, un sujeto puede percibir la realidad de distintas maneras, y en consecuencia otorgarle distintos valores.

Para eso me propongo analizar el concepto de realidad. En primer lugar, he avanzado con el análisis del Pensamiento de HUME en relación con “la realidad” y la experiencia, cuestiones que considero relevantes para identificar aspectos básicos de un modelo contable como el que pretendo aproximar. (Bellod, 2011)

Hume, filósofo escocés del siglo XVIII, introduce el razonamiento experimental. Para él todo conocimiento procede de la experiencia, ya sea externa o interna. Las impresiones son actos inmediatos de la experiencia, tanto interna como externa; así, habrá dos tipos de impresiones: de sensación, que se persiguen por los sentidos, y de “reflexión”, que provienen de nuestro interior, son las percepciones indirectas, porque tienen su origen en las impresiones. Estas son las ideas. En lo que respecta a las ideas, Hume sostiene que son copias de las impresiones y por esa razón su fuerza es inferior. Las ideas derivan de las impresiones, son construidas por nuestra imaginación.

Lo que permite diferenciar entre impresiones e idea es su intensidad o vivacidad. Las ideas permanecen y se reproducen gracias a la actividad conjunta de la memoria y de la imaginación. Si no encontramos una impresión, no tendremos realmente una idea, sino una palabra. Los nombres o palabras son meras etiquetas que permanecen ajenas a la realidad que pretenden mencionar.

La mayor parte de nuestras acciones se basan en impresiones que gracias a la imaginación se nos hace superior a lo dado, extendiendo nuestro horizonte. El punto de partida es que todo conocimiento tiene por base la impresión, para Hume.

La Causalidad o idea de causa está dada por la posibilidad de tener un hilo conductor entre hechos heterogéneos entre sí. Nos remite a objetos no percibidos, es una idea compleja compuesta por cuatro elementos: un hecho que inicia el proceso al que llamamos causa, un segundo hecho que culmina el proceso al que llamamos efecto; y una cierta relación temporal entre el primero y el segundo. Es una sucesión: primero aparece la causa y más tarde el efecto.

En cuarto lugar, hay una relación de necesidad entre el primero y el segundo hecho por eso lo llamamos relación causal. Lo esencial en la relación de causalidad es la idea de una conexión necesaria entre los hechos. Sin embargo, nuestra mente, para poner orden en la serie de acontecimientos que componen la realidad, necesita encadenar esos acontecimientos, y la forma de esa cadena, la estructura de ese orden, es la causalidad.

Para Hume el conocimiento de hechos se produce siempre por experiencia. es el hábito o costumbre de la observación de los hechos en el pasa-

do lo que nos induce a creer que podemos conocer el futuro de los hechos, pero no es posible conocer un hecho futuro, sencillamente porque no existe y porque el conocimiento de los hechos está basado en la experiencia y no hay experiencias futuras. Estas afirmaciones inducen a pensar que en la medición subyace una impresión que conduce a la idea de valor. Bajo este enfoque, el valor no es único, cambia con las dimensiones del contexto y del sujeto.

## **V. Elementos del discurso contable como materia de medición y su realidad**

Habiendo analizado el concepto de “realidad” desde una perspectiva filosófica, considero necesario relacionarlo con el discurso contable a fin de hallar elementos de coincidencia que me permitan identificar variables a definir.

He basado mi análisis en el modelo de realidad presentado por el Profesor Mattessich en su obra reciente (Mattessich, 2014) en el que expone lo que denomina “Propuestas” o “Proposiciones” para análisis y reflexión. Los aspectos básicos del modelo “cebolla” de la realidad (OMR por sus siglas en inglés), había sido presentado por el profesor Mattessich, en sus libros de 1991, 1995 y 2003.

Mattessich introduce una extensión al modelo original, presentando un conjunto de proposiciones informales. El modelo original fue concebido con el propósito de ayudar a los contadores en relación con nociones tales como: capital, deuda ingreso, entre otras, con el fin de establecer si pueden ser considerados reales. Sin duda, la realidad evoluciona, y éste es el primer paso para interpretarla.

En sus Proposiciones para extender el OMR, el autor presenta veinticinco proposiciones que no son exhaustivas o axiomáticas, ni mucho menos finales, sino que las considera como bases informales de discusión y exploración, siendo su principal objetivo estimular las nociones que podrían tener que ser consideradas como categorías básicas.

El autor señala que hay una realidad que consiste en todos los entes que existen, con especificación de pasado, presente y potencialidad para el futuro. Esta realidad posee una estructura completa de varias jerarquías; ésta no es una mera colección de entidades sino una interacción dinámica dominada por fuerzas de atracción y repulsión. En consecuencia lo que existe está sujeto a cambio.

Cuando el autor se refiere a entidades, hechos, propiedades, relaciones, procesos, es obvio que el pasado de una entidad tiene un estatus de realidad, que deja huellas para el presente e incluso para el futuro. Nada podría existir en el presente sino fuera porque deviene de un pasado. Debido a la dinámica naturaleza de la realidad las entidades futuras también tienen un estatus de realidad. No se podría asignar valores en función de probabilidades. Coincido con el autor al señalar que es difícil establecer una línea nítida entre el pasado, el presente y el futuro de una entidad. En mi opinión, la idea del presente está influenciada por los recuerdos y por las expectativas.

### ***V.1. Propositiones de Mattessich***

Estas veinticinco proposiciones del profesor Mattessich son un intento preliminar realizado con el fin de clarificar algunos aspectos fundamentales, que requieren continuar la investigación, incluso sumando conceptualización de otras disciplinas, a fin de contribuir a caracterizar mejor la realidad.

De las proposiciones destaco su “Prop 15R” (tomando la denominación del autor) Relaciones causales: hacia arriba y hacia abajo: Existen relaciones causales entre las entidades, los sistemas, los niveles de realidad. Algunas relaciones causales van de los niveles más bajos a entidades de niveles más altos, otras son producidos desde las entidades de niveles más bajos hacia las de niveles más bajos, otras relaciones pueden establecerse entre el mismo nivel o entre múltiples niveles.

En la “Prop 16R”. Relativa prioridad de lo ontológico. Desde un punto de vista filosófico, la ontología tiene prioridad sobre la epistemología y la metodología. Para determinar la “verdad” empírica y su representación conceptual, así como los métodos apropiados, depende de qué existe y no viceversa.

Entre sus propuestas sociales, la “Prop 1SR” Manifestación de la realidad social, se refiere a que dependiendo de cual aspecto constructivo es considerado, una entidad social puede manifestarse a sí misma en una variedad de formas presentes, se puede tomar como física, biológica, sociocultural. Pero esta variedad de manifestaciones no nos debe confundir; todas estas entidades pertenecen al nivel sociocultural de la realidad, y no a otro. Éste criterio crucial de caracterización de una entidad social prevalece sobre lo subjetivo, interpersonal, u objetivo.

Prop 5SR. Entidades subjetivas y objetivas: Mente vs. Cerebro

Las entidades subjetivas se experimentan sólo introspectivamente mediante la mente: sentimientos, emociones, pensamientos, razonamiento, percepción y concepción, recuerdos, habilidades, imaginación, atención, intencionalidad y otras formas de conciencia y de subconciencia de una persona singular, específica o de alguna otra entidad biológica o similares capacidades. Por otro lado, hay entidades objetivas: el cerebro y sus estados neurológicos y su funcionamiento que son accesibles a otras personas, y tienen la posibilidad de ser verificados empíricamente

#### Prop 7SR Instituciones y su concretización

Las instituciones son ideas para organizar a la gente y a las instalaciones en la persecución de objetivos específicos. Como ideas, son abstractas y requieren entidades concretas para la realización de esos objetivos. Sin embargo, las entidades concretas que resultan de la actualización no solo se deben identificar con la institución misma, la cual permanece abstracta.

#### Prop 8SR. Intencionalidad colectiva y asignación de funciones

En una definición institucional, bajo ciertas circunstancias, es posible que a través de una intencionalidad colectiva se pueda imponer una función contra una entidad concreta X, que finalmente resulte en una entidad social abstracta Y.

#### Prop 9SR. El valor su estatus ontológico

El valor es una relación de propiedad entre la tríada de: 1- uno o más seres 2- un objeto un evento 3- un conjunto de circunstancias. El valor es la manifestación de una preferencia personal o colectiva expresable en una variedad de formas, por ejemplo escalas ordinarias o cardinales, términos monetarios, bienes, uno etc.

En mi opinión, es necesario la reflexión y la duda sobre las ideas presentadas. La realidad tiene una estructura compleja y comprende aspectos no suficientemente explorados. Puede significar diferentes cosas para distintas personas, confundiendo en algunos casos, sobretodo cuando se tratan cuestiones altamente sensibles como las relativas a la problemática de los valores éticos como conductores de las acciones.

La evolución de la realidad nos deja advertir que el cambio en las mediciones tradicionales es genuino y responde a una necesidad básica del ser humano: alcanzar una definición abarcativa de la realidad cambiante de las

organizaciones y su impacto en la dimensión sociocultural, en términos de Mattessich.

Si relacionamos lo expuesto con la comprensión del mensaje contable vamos a encontrar el fundamento de su condición evolutiva y orientada al usuario. Uno de los principales objetivos de la Contabilidad, es transmitir el mensaje contable entre emisores (constructores del mensaje) y usuarios de la información o grupos de interés, como se denominan en las tendencias más recientes. La comunicación es llevada a cabo utilizando palabras específicas y técnicas. El éxito de los mensajes comunicados por el lenguaje de la Contabilidad se basa en el nivel de claridad de los mismos y en su correcta interpretación por parte de los usuarios.

El usuario no necesariamente debe tener un conocimiento razonable de las actividades de la entidad para comprender la información adecuadamente. Si bien tener conocimiento facilita la comprensión de la temática de cualquier disciplina, esta posición se traduce como “dirigir la mirada” hacia una sola fase del problema. Los constructores del mensaje contable deben reflexionar acerca del hecho que si el usuario no comprende acabadamente la información no es completamente su culpa. Existen diversos aspectos en los que se puede progresar para lograr que el mensaje contable sea mejor comprendido, percibido e interpretado. El rol de un contador “íntegro” en términos éticos necesariamente contribuye a facilitar este proceso.

Es interesante también considerar lo expuesto por autores que se refieren al proceso de comunicación, por ejemplo, Berlo (Berlo, 1960) manifiesta lo siguiente:

“La comunicación no consiste en la transmisión del significado. Los significados no son transmisibles ni transferibles. Solo los mensajes son transmisibles, y el significado no está en el mensaje, está en los usuarios del mensaje”

Ciertamente a lo que se refiere este autor es al rol del receptor del mensaje, quien es un ser que tiene impresiones y experiencias aprendidas, que tiene un mensaje interno, una percepción del mensaje, que influye en su comprensión y en su actuación.

Entre los estudiosos de la problemática de la comprensión, los defensores de la comprensión la definen como una forma singular de operación que realizamos siempre que intentamos explicar la conducta humana, tratando de colocarnos en el lugar del otro, para entender su comportamiento. ¿No está relacionada esta cuestión con las reflexiones de Hume y de Mattessich? ¿Cuál es la realidad? ¿Comprendemos desde nuestras impresiones? ¿Medimos y Valoramos según nuestra experiencia?

Una limitación obvia de este proceso es la dependencia del conocimiento derivado de la experiencia personal. Como comenta Schuster (Schuster, 1999), en el uso ordinario no se hace una distinción entre explicar y comprender. Prácticamente cualquier explicación nos proporciona una comprensión de las cosas. Pero la comprensión tiene un elemento psicológico del que carece la explicación. La comprensión se encuentra también vinculada a la intencionalidad dado que se comprenden los propósitos de un individuo, el significado de un signo, el sentido de una acción, de una manera que no está presente en la explicación, aspecto que también señala Mattessich en las proposiciones de su modelo ampliado.

Según Federico Schuster la idea de comprender es *comprender a otros sujetos*, pareciera que reconstruyendo estados psicológicos. En su opinión todo estado mental produce un resultado. Entonces para comprender a través de los productos, lo que tenemos que hacer es interpretar los productos de una cultura.

Pareciera que el significado no reside solo en el intento comunicativo de su constructor, sino en la mediación que se establece entre la obra y los que comprenden desde el contexto de una experiencia diferente. ¿Es el contador un mediador con su propio contexto experimental donde puede haber existido o no basamentos éticos?

Lo que vemos está condicionado por lo que somos capaces de ver, por lo que hemos visto en el pasado, para lo que estamos preparados para ver, y por lo que queremos ver. Nuestras ideas entonces están limitadas, en primer lugar, por nuestros sentidos e influidas por el contexto. En consecuencia, es preciso:

- Reconocer que la percepción de cada individuo va a influir en su accionar
- Reconocer la existencia de diferentes posiciones que hacen ver la realidad desde distintos puntos de vista que resultan en diferentes inferencias de lo que observamos.
- Reconocer que es necesario buscar patrones de valor homogéneos y comparables.

Este proceso evolutivo evidentemente no ha terminado, en la medida en que sea necesario, seguirá produciéndose aquel diálogo y, en consecuencia, los planteamientos conceptuales de los contadores continuarán readaptándose para responder en cada momento a los requerimientos de la realidad circundante.

## VI. La perspectiva ética

Para poder responder adecuadamente y evolucionar es preciso no solo poner foco en la disciplina contable. El aporte de otras ciencias suman valor a estos procesos al brindar elementos propios que amplían el panorama de análisis. En este sentido, el aporte de la ética es esencial para abordar las cuestiones relacionadas con las mejores conductas que pueden ser impulsadas en el desempeño de un profesional contable. En esta línea, se han seleccionado y analizado conceptualizaciones éticas que contribuyen a clarificar el objeto de estudio.

Foucault (1987:55) define a la ética “como la elaboración de una forma de relación del individuo consigo mismo que le permite constituirse en un sujeto de conducta moral”. Para En el lenguaje filosófico actual *ethos* se usa para referirnos al conjunto de actitudes, convicciones, creencias morales y formas de conducta, ya sea de una persona individual o de un grupo social, o étnico. No es que “ética” y *ethos* sean sinónimos, por el contrario, hay que distinguirlos. Lo que ocurre es que la ética se integra en el *ethos*, enriqueciéndolo y haciéndolo más complejo. (Maliandi, 1994).

La ética filosófica o “filosofía moral” se desarrolla como un permanente esfuerzo por poner claridad en un fenómeno complejo. La claridad se logra, indagando la estructura general del *ethos*. En líneas generales la ética es un modo de reflexión que apunta principalmente a dos cosas: por una parte a fundamentar las normas (o a cuestionar los fundamentos probables) y por otra parte a aclarar lo mejor posible el sentido y el uso de los términos propios del lenguaje moral. (Maliandi, 1994).

En términos de Maliandi, el *ethos* el primer nivel es el prerreflexivo donde hay certezas pero también dudas, se conocen las normas pero no cómo aplicarlas a una situación concreta; en el segundo nivel reflexivo se sabe “qué se debe hacer” pero nos planteamos “por qué”, se desarrolla la reflexión racional y sistemática, ya estamos en la temática, en la ética normativa que opera con argumentos racionales (fundamentos); el tercer nivel corresponde a la metaética donde se analiza el significado y el uso de los términos morales, es un metalenguaje con respecto al lenguaje normativo y valorativo (semiosis); y el cuarto nivel corresponde a la reflexión ética, observa el fenómeno moral, describe la facticidad normativa, ética descriptiva (praxis).

Es por ello que se puede considerar a la ética personal y subjetiva, tiene que ver con los valores que sustenta una persona. Cada persona tiene que ser lo conciente de esos valores para poder explicitarlos. Esos valores personales cuando son expuestos mediante el uso del lenguaje, de manera explícita o implícita, en un comportamiento determinado se cons-

tituye en “la moral del individuo”, en el caso que nos ocupa, del profesional contable.

En la organización considerada como un ente, la ética tiene que ver con la ética de sus participantes, se genera lo que llamaremos el “espacio ético” como una totalidad producto de “la moral de los individuos en la organización”. Es la ética de la organización como un todo. Al interactuar con la sociedad se ponen en juego los valores que sostiene tanto explícita como implícitamente en el accionar, y pasa a ser parte de la moral. En un desarrollo sustentable de la organización, se impulsan con fuerza los valores.

Esta es la razón por la que tenemos que respetar los valores y creencias del medio en el que actúa la organización y de esta manera mejorar la calidad de la Administración. La ética de la organización y la moral individual no son excluyentes mutuamente. La moral tiene que ver más con el *deber ser* y la ética con el compromiso con la libertad de cada uno.

Para definir los valores en juego, en la toma de decisiones, recurrimos a la ética dialógica de Habermas en su teoría de la acción comunicativa. Dicho autor pretende transformar la racionalidad económica por medio de la racionalidad comunicativa y de esta manera impulsar una economía social, desde un nuevo fundamento normativo, no utilitarista ni contractual, sino discursivo, entendiendo a la racionalidad, en la práctica, como “un control democrático” por parte de los afectados. Esta nueva ética comunicativa permite insertar la reflexión crítica sobre los contenidos éticos en la consideración de alternativas a las que se enfrenta el administrador en su función directiva y gerencial.

Habermas es un filósofo y sociólogo alemán que se propone fundar sobre bases nuevas nuestra comprensión de la razón, del ser humano y de la sociedad. Sostiene la necesidad de hacer depender la racionalidad, ya no directamente del sujeto, sino de la intersubjetividad, y encaminar de este modo el pensamiento hacia una lógica de descentramiento del ego.

Su ética del discurso ambiciona esclarecer no sólo las condiciones de la comprensión intersubjetiva, sino que pretende identificar también, del descubrimiento de los presupuestos pragmáticos del lenguaje, los términos de una fundamentación intersubjetiva y racional de las normas.

La razón instrumental se concibe en términos de relaciones sujeto-objeto. Para el modelo de la acción comunicativa la relación determinante es interpersonal entre sujeto y sujeto. Esta relación no tiene ninguna significación constitutiva para la razón instrumental. La teoría de la acción comunicativa sólo se interesa en las teorías analíticas del significado que parten de la estructura de la expresión lingüística y de las intenciones del hablante.

Tiene que tener en cuenta el problema de cómo, por medio del mecanismo de entendimiento, las acciones de los diferentes actores se coordinan entre sí, formando una red que cubre el espacio social y el tiempo histórico. El entendimiento no es un proceso empírico que da lugar a un consenso fáctico, sino un proceso de recíproco convencimiento que coordina las acciones de los diferentes participantes sobre la base de una motivación por razones.

Entendimiento significa comunicación orientada a un acuerdo válido, no coactivo entre los individuos en su trato mutuo, como la identidad de un individuo capaz de entenderse consigo mismo sin coacciones: una socialización sin represión. La racionalidad comunicativa de Habermas es un concepto de racionalidad más comprensivo que el puramente instrumental de la tradición weberiana, que permite explicitar y reflexionar sobre los valores que están en juego en la toma de decisiones. Se entiende que la racionalidad en la toma de decisiones es un concepto independiente del concepto de valoración ética.

## **VII. Los principios de la responsabilidad social**

Para realizar un análisis adecuado de la problemática que nos ocupa, es ineludible hacer una breve referencia a la responsabilidad social como condición para el abordaje apropiado de lo que se pretende.

El concepto de responsabilidad social ha evolucionado grandemente, diferenciándose de la llamada responsabilidad social empresarial. En su actual concepción, la responsabilidad social resulta comprendiendo y articulando muchas categorías que con anterioridad se exponían por separado.

Por su relación con el tema principal de este trabajo, es necesario efectuar unas reflexiones entorno a la función social, el bien común, el interés público y la gobernanza. La responsabilidad social supone la función social, consulta el interés público, tiene pleno sentido en cuanto instrumento del bien común, comprende la gobernanza y ésta implica contar con sistemas de información adecuados.

Según ISO/TMB/WG SR TG4 N0062 versión revisada TG4 (ISO, 2007) , los siguientes serían los principios de la responsabilidad social:

- Cumplimiento legal
- Respeto por las normas internacionales de conducta
- Reconocimiento de los grupos de interés y sus preocupaciones

- Rendición de cuentas
- Transparencia
- Desarrollo Sustentable
- Conducta ética
- Enfoque precautorio
- Respeto por los derechos fundamentales del hombre
- Respeto por la diversidad

Es interesante destacar como ha evolucionado el concepto de “parte interesada” en las prácticas de responsabilidad social corporativa. Como lo señala la misma norma 26.000.

“La práctica de involucrar a las partes interesadas se volvió el proceso mediante el cual los intereses de la sociedad eran identificados por la organización de negocios. Llegó a ser una forma a través de la cual las corporaciones podían redefinir o reinterpretar sus responsabilidades sociales, sobre la base de cómo habían identificado a sus “partes interesadas”. Algunas corporaciones crearon, o prestaron apoyo a organizaciones para servir como sus partes interesadas. Algunas veces, las corporaciones involucraron a organizaciones que no eran genuinas, de una u otra manera —por ejemplo, organizaciones sin intereses identificables, u organizaciones declaradas como representativas, que no lo eran. En ocasiones, las partes interesadas genuinas eran evitadas. Más aún, la importancia asociada a varias partes interesadas por las corporaciones, no eran siempre proporcionales a la importancia de sus intereses en el conjunto de la sociedad.

El término “parte interesada” será más útil en el contexto de la responsabilidad social cuando se refiere a una parte que tiene una relación identificable y específica con los asuntos de la organización concerniente, y cuando esta parte puede hacer una demanda con respecto a la organización, que puede también estar relacionada con los intereses de la sociedad en su conjunto. A menudo, el uso del término “partes interesadas” confundirá más que aclarará. Esto es especialmente cierto cuando la relación no está clara y el término reemplaza palabras más específicas (como “organización”, “trabajadores”, “clientes” u otros).”

Por otro lado, la responsabilidad social incluye el cumplimiento a la ley, aunque no se circunscriba en ella, porque la ley es un instrumento primordial de orientación social; es un instrumento imprescindible; la extensión de las leyes es difícil de abarcar; la complejidad con la que se expresan las ideas, así como las redacciones deficientes, hacen que se difícil comprender la ley;

a ley es una manifestación del poder político, por tanto no necesariamente expresa el bien común.

La Declaración Universal de Derechos Humanos, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos y el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, que son los principales pronunciamientos internacionales acordados por Naciones Unidas, son adoptados por la mayoría de los países que tienden al desarrollo sustentable., como así también los impulsados por la Organización Internacional del Trabajo.

## **VIII. Análisis crítico de los códigos de ética de la profesión contable**

Los códigos de ética son documentos emitidos con la intención de transmitir a los profesionales patrones de conducta que sean considerados como los que responden mejor a las expectativas del contexto social en el que se desempeña. La mayoría comprende principios rectores a ser considerados por todos los contadores. Se ha elegido como ejemplo de análisis el código de ética de la Federación Internacional de Contadores (IFAC), por considerarlo representativo para la profesión contable. El objetivo que se persigue es establecer si el mismo contiene elementos suficientes para guiar al profesional contable, quien está inmerso en una nueva cultura global.

Los Principios fundamentales contenidos en el código de ética de la IFAC destacan los aspectos que deberá cumplir el profesional contable. En la tabla siguiente se expone el alcance de este documento y los comentarios en relación a las necesidades de una sociedad en la cual se han instalado valores asociados a un desarrollo sustentable, y como éstos deberían guiar el comportamiento profesional.

### ***VIII.1. Principios que guíen el comportamiento del profesional en un contexto de sustentabilidad***

<b>Enunciados del Código de ética IFAC</b>	<b>comportamiento del profesional en un contexto de sustentabilidad</b>
Integridad – ser franco y honesto en todas las relaciones profesionales y empresariales	Este principio contempla uno de los pilares de la actuación profesional que se requiere para responder a las organizaciones responsables, comprometidas

	<p>con el bienestar humano. Entre las cuestiones a tener en consideración se pueden señalar las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantizar de que nada esté por delante de la seguridad de la información, y el respeto a los grupos de interés.</li> <li>• Hacer de la seguridad una responsabilidad personal; cuidándose a sí mismo para cuidar de otros.</li> <li>• Exigirse rendir cuentas de la seguridad de sus actos y conductas</li> </ul> <p>Cumplir compromisos y hacers lo que se compromete</p> <p>Actuar con integridad y transparencia en todas las interacciones</p> <p>Hacer lo correcto cuidando a la comunidad y los recursos naturales, humanos y económicos.</p>
<p>Objetividad – no permitir que prejuicios, conflicto de intereses o influencia indebida de terceros prevalezcan sobre los juicios profesionales o empresariales. El principio de objetividad obliga a todos los profesionales de la contabilidad a no comprometer su juicio profesional o empresarial a causa de prejuicios, conflicto de intereses o influencia indebida de terceros. El profesional de la contabilidad puede estar expuesto a situaciones que pudieran afectar a la objetividad. No resulta factible definir y proponer una solución para todas esas situaciones. El profesional de la contabilidad no prestará un servicio profesional si una circunstancia o una relación afectan a su imparcialidad o influyen indebidamente en su juicio profesional con respecto a dicho servicio.</p>	<p>Los aspectos subjetivos tienen peso a la hora de evaluar la objetividad de una conducta. En un mundo donde se hayan fortalecidas las buenas conducta individuales, la presión contra la objetividad debería disminuir, favoreciendo la buena actuación del profesional contable impulsándolo hacia la objetividad en sus opiniones y la equidad en su desempeño.</p> <p>Escuchar a los clientes, entender sus desafíos, y ofrecerles soluciones valiosas es parte de la labor sustentable.</p> <p>Asegurar un negocio honesto y cumplir con los compromisos profesionales resolviendo los problemas en tiempo y forma, sin responder a influencias que alimenten la parcialidad en la opinión profesional fortalecen la profesión contable.</p>

<p>Competencia y diligencia profesionales – mantener el conocimiento y la aptitud profesionales al nivel necesario para asegurar que el cliente o la entidad para la que trabaja reciben servicios profesionales competentes basados en los últimos avances de la práctica, de la legislación y de las técnicas y actuar con diligencia y de conformidad con las normas técnicas y profesionales aplicables. El principio de competencia y diligencia profesionales impone las siguientes obligaciones a todos los profesionales de la contabilidad: (a) Mantener el conocimiento y la aptitud profesionales al nivel necesario para permitir que los clientes, o la entidad para la que trabaja, reciban un servicio profesional competente, y (b) Actuar con diligencia, de conformidad con las normas técnicas y profesionales aplicables, cuando se prestan servicios profesionales. Un servicio profesional competente requiere que se haga uso de un juicio sólido al aplicar el conocimiento y la aptitud profesionales en la prestación de dicho servicio. La competencia profesional puede dividirse en dos fases separadas: (a) Obtención de la competencia profesional, y (b) Mantenimiento de la competencia profesional.</p>	<p>El mantenimiento de la competencia profesional exige una formación continua en el conocimiento de los avances técnicos, profesionales y empresariales relevantes. El desarrollo profesional continuo permite al profesional de la contabilidad desarrollar y mantener su capacidad de actuar de manera competente en el entorno en que se desempeña. La diligencia comprende la responsabilidad de actuar de conformidad con los requerimientos de una tarea, con esmero, minuciosamente y en el momento oportuno.</p> <p>Este principio se vincula directamente con una mejora continua plasmada, en este caso, en capacitación permanente, investigación e innovación.</p> <p>Procurar los más elevados estándares para ser los mejores, retándose constantemente para mejorar, sin darse nunca por satisfechos solamente con “lo suficiente” es la actitud que el nuevo paradigma de la sustentabilidad demanda en los profesionales contables.</p> <p>Sentir pasión por el trabajo empuja a exceder expectativas y desarrollar líderes que inspiran, promueven la excelencia y logran resultados.</p> <p>Respetar las opiniones de los demás contribuye a crear y mantener un ambiente de trabajo sano, estimulante y productivo, en el que todos sean tratados con imparcialidad y respeto, sin ningún tipo de discriminación.</p> <p>Valorar tanto a las personas que replican las mejores prácticas como a quienes las crean, y actuar siempre conforme a lo que sea mejor para las organizaciones a las que se asesora es parte de la competencia y diligencia profesional.</p>
---	--

	<p>Capacitar al personal a cargo y presentarle retos intelectuales en la realización de su trabajo reconociendo su buen desempeño y manifestándolo públicamente es parte de conductas que fomentan el bienestar.</p> <p>Establecer objetivos difíciles de cumplir con énfasis en los resultados y de acuerdo a habilidades, pedir retroalimentación, saber escucharla y utilizarla como un medio para mejorar</p>
<p>Confidencialidad – respetar la confidencialidad de la información obtenida como resultado de relaciones profesionales y empresariales y, en consecuencia, no revelar dicha información a terceros sin autorización adecuada y específica, salvo que exista un derecho o deber legal o profesional de revelarla, ni hacer uso de la información en provecho propio o de terceros. El profesional de la contabilidad no se asociará a sabiendas con informes, declaraciones, comunicaciones u otra información cuando estime que la información: (a) Contiene una afirmación materialmente falsa o que induce a error, (b) Contiene afirmaciones o información proporcionada de manera irresponsable, o (c) Omite u oculta información que debe ser incluida, cuando dicha omisión u ocultación induciría a error. Cuando el profesional de la contabilidad tenga conocimiento de que está asociado con información de ese tipo, deberá tomar las medidas necesarias para desvincularse de la misma. No se considerará que el profesional de la contabilidad incumpla con lo expuesto si emite un informe con opi-</p>	<p>Las organizaciones tienden cada vez más a comunicar aciertos y errores. Es obvio destacar que la transparencia debe regir la conducta profesional junto a una prudente visión de los aspectos que puedan revelar cuestiones críticas que pudieran alterar el equilibrio y la equidad en respeto a los grupos de interés de la organización.</p> <p>Motivar la comunicación siendo promotor de conductas y buenas prácticas, comunicar oportunamente y con responsabilidad las ideas y preocupaciones en forma clara y honesta, mediante el aporte de comentarios constructivos que hagan más eficientes las relaciones y procesos ayudan a fomentar la confidencialidad como principio rector de conducta profesional.</p> <p>Evitar juicios infundados sobre otras personas.</p>

nión modificada con respecto a cuestiones de la naturaleza señalada.

El principio de confidencialidad obliga a todos los profesionales de la contabilidad a abstenerse: (a) De divulgar fuera de la firma, o de la entidad para la que trabajan, información confidencial obtenida como resultado de relaciones profesionales y empresariales, salvo que medie autorización adecuada y específica o que exista un derecho o deber legal o profesional para su revelación, y (b) De utilizar información confidencial obtenida como resultado de relaciones profesionales y empresariales en beneficio propio o de terceros. El profesional de la contabilidad mantendrá la confidencialidad, incluso en el entorno no laboral, estando atento a la posibilidad de una divulgación inadvertida, en especial a un socio cercano, a un familiar próximo o a un miembro de su familia inmediata. El profesional de la contabilidad mantendrá la confidencialidad de la información que le ha sido revelada por un potencial cliente o por la entidad para la que trabaja. El profesional de la contabilidad mantendrá la confidencialidad de la información dentro de la firma o de la entidad para la que trabaja. El profesional de la contabilidad tomará medidas razonables para asegurar que el personal bajo su control y las personas de las que obtiene asesoramiento y apoyo respetan el deber de confidencialidad del profesional de la contabilidad. La necesidad de cumplir el principio de confidencialidad continúa incluso después de finalizar las relaciones entre el profesional de la contabilidad y el cliente o la entidad para

<p>la que ha trabajado. Cuando el profesional de la contabilidad cambia de empleo o consigue un nuevo cliente, tiene derecho a utilizar su experiencia previa. Sin embargo, el profesional de la contabilidad no utilizará ni revelará información confidencial alguna conseguida o recibida como resultado de una relación profesional o empresarial. Existen excepciones que responden a exigencias principalmente legales, que se expresan detalladamente.</p>	
<p>Comportamiento profesional – cumplir las disposiciones legales y reglamentarias aplicables y evitar cualquier actuación que pueda desacreditar a la profesión. El profesional de la contabilidad tomará medidas razonables para asegurar que los que trabajan como profesionales bajo su mando tienen la formación práctica y la supervisión adecuadas. Cuando corresponda, el profesional de la contabilidad pondrá en conocimiento de los clientes, de las entidades para las que trabaja o de otros usuarios de sus servicios profesionales, las limitaciones inherentes a los servicios. El principio de comportamiento profesional impone la obligación a todos los profesionales de la contabilidad de cumplir las disposiciones legales y reglamentarias aplicables y de evitar cualquier actuación que sabe, o debería saber, que puede desacreditar a la profesión. Esto incluye las actuaciones que un tercero con juicio y bien informado, sopesando todos los hechos y circunstancias conocidos por el profesional de la contabilidad en ese momento, probablemente concluiría que afectan negativamente a la buena reputación</p>	<p>Cuando se trata de aspectos referidos al desarrollo sustentable, se considera que el cumplimiento de los aspectos legales es indispensable para considerarse socialmente responsable. Prácticas contrarias son incompatibles con un perfil de compromiso con el desarrollo sustentable.</p> <p>Esto implica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• cumplir con las leyes y regulaciones laborales.</li> <li>• Respetar y propiciar el respeto absoluto por las diferencias y opiniones de los demás, con la consecuente prohibición de todo tipo de acoso y discriminación.</li> <li>• Salvaguardar las instalaciones a través de equipos, dispositivos, sistemas y procedimientos de seguridad.</li> <li>• Proteger el medio ambiente y la salud ocupacional del personal</li> <li>• Definir, comunicar y hacer cumplir las políticas y reglamentos internos</li> <li>• Fomentar un ambiente de respeto mutuo y de cumplimiento con las leyes, reglamentos, políticas y regulaciones de los ámbitos de desempeño. La confor-</li> </ul>

<p>de la profesión. Al realizar acciones de marketing y de promoción de sí mismos y de su trabajo, los profesionales de la contabilidad no pondrán en entredicho la reputación de la profesión. Los profesionales de la contabilidad serán honestos y sinceros y evitarán: (a) Efectuar afirmaciones exageradas sobre los servicios que ofrecen, sobre su capacitación, o sobre la experiencia que poseen, o (b) Realizar menciones despreciativas o comparaciones sin fundamento en relación con el trabajo de otros</p>	<p>mación de equipos multidisciplinarios altamente capacitados es uno de los desafíos que enfrenta el profesional contable en un marco de organizaciones que presenten informes de sustentabilidad con todas sus dimensiones social, ambiental, económica y de gobernabilidad. La no discriminación, las buenas condiciones de trabajo para un mercado justo, entre otros aspectos, son consideraciones que no pueden ser desestimadas.</p>
<p>El profesional contable debe contar con una alta reputación que acreciente su imagen en la sociedad</p>	<p>Si bien estos aspectos no son medibles objetivamente, existen en el universo de los intangibles autogenerados, no menos destacables por ser aplicables individualmente. Todas las formas de soborno son ilegales y no éticas. Cualquier denuncia de corrupción debe ser investigada y, en su caso, impulsar consecuencias legales contra los implicados. De acuerdo a las leyes anti-corrupción vigentes no debe prometer, ofrecer, comprometer, pagar, prestar, dar o de manera alguna transferir cosas de valor a un agente o funcionario, en aquellos casos en los que la contribución sea ilegal. Esto incluye desde contribuciones en dinero en efectivo, hasta contribuciones indirectas. Siempre cumplir con las leyes y regulaciones aplicables relativas al lavado de dinero; minimizar el riesgo de y evitar involucrarnos en arreglos u operaciones que puedan ser o estén relacionados con activos de origen delictivo; tomar las acciones apropiadas para evaluar las relaciones comerciales son sin duda conductas necesarias en el contexto global de actuación profesional.</p>

## **IX. Requerimientos éticos relevantes para la formación del profesional contable**

De acuerdo con la propuesta de educación de la IFAC (IFAC, 2012) los requerimientos éticos principales para un contador de inicio son la Integridad, la Objetividad, la competencia profesional, la confidencialidad y el comportamiento profesional. Dentro de este programa, los valores, la ética y las actitudes personales, en mi opinión, tienen que ser ejes transversales, porque están en todo lo que pueda desempeñarse según su aptitud profesional.

La pregunta es que se debe incluir en los conceptos éticos a transmitir y cómo aplicarlos a campos de conocimiento emergentes, donde quizá el profesional contable no cuente con especialidad. El énfasis podría ser logrado mediante el impulsando: a) el reconocimientos de factores de responsabilidad que puedan presentarse en su vida profesional, b) por acciones preventivas para evitar caer en faltas éticas, y (c) intercambiando experiencias con sus pares y posibles medios para superar dificultades.

Las cuestiones éticas pueden estar bien internalizadas por el contador, pero seguramente los principales dilemas tenderán a aparecer durante las prácticas profesionales. La consulta ante dudas a los pares, y a los organismos profesionales, acerca de posibles cursos de acción que no violen principios éticos y que estén conformes con las expectativas de las partes interesadas es el mejor camino para superar estos eventos.

## **X. Conclusiones**

Es necesario incrementar la calidad y la interrelación de la información contable en general y, de los aspectos sociales, ambientales, y de gobernabilidad, en particular. Un proceso de valuación necesita una base de referencia afín a los fenómenos considerados, que permita una visión homogénea y comparable de los mismos. Este enfoque requiere de conductas éticas que estén a la altura de las estrategias de sustentabilidad subyacentes.

Este contexto requiere de profesionales cuyos desempeños estén en relación con estos nuevos escenarios demandantes de valores de justicia, transparencia e innovación. Si bien los profesionales contables cuentan con códigos de ética profesional, en la actualidad, ampliar sus elementos con el objeto que respondan a una mejora continua orientada hacia el nuevo paradigma de sustentabilidad, parece ser una cuestión ineludible.

Este enfoque supone asumir un respeto hacia el ambiente, los aspectos sociales y económicos en la actividad profesional, con una ética subyacente que dé respuesta cada vez más a los grupos de interés que requieren actitudes de honestidad, transparencia y sensibilidad hacia el bienestar humano.

Para lograr este objetivo de evolución profesional, por un lado, es necesario demostrar pensamiento evolucionado hacia un verdadero compromiso social y respeto ambiental. La falta de coincidencia actual entre el desempeño tradicional y el verdadero valor de la actuación ética en un contexto de sustentabilidad es una temática a considerar. Es evidente que el modelo de desempeño plasmado en los códigos de ética vigentes no es suficiente para los desafíos que enfrenta la profesión en el largo plazo.

Existen elementos subjetivos y objetivos que influyen también como los factores sociales, y los culturales, la educación y la historia. El desarrollo del sociologismo ético y la labor de la antropología cultural, probaron la conexión que existe entre la valoración ética y el comportamiento real de los hombres, debido a las costumbres, religión, etc., y a la organización jurídica, económica y social de la comunidad en que viven.

Todos estos factores han contribuido a configurar determinados valores morales, si bien los valores no pueden derivarse exclusivamente de elementos fácticos, tampoco puede cortarse toda conexión con la realidad. Todo lo dicho no significa que se pueda reducir el juicio ético al complejo de circunstancias subjetivas, culturales y sociales. Estas circunstancias forman parte de la valoración, pero no constituyen el todo, falta el aspecto estrictamente objetivo. Los valores son la síntesis de reacciones subjetivas frente a cualidades que se hallan en el objeto. No se trata de una relación sencilla y estática, sino compleja y dinámica.

Los valores parecen requerir algo más, no es algo misterioso ni impuesto desde afuera, hay una cualidad estructural que depende de las propiedades naturales y al mismo tiempo no se reduce a un mero agregado de ellas. La estructura tiene propiedades que no se encuentran en ninguno de los miembros o partes constitutivas ni en el mero agregado de ellas. Por eso, lo importante es el tipo de totalidad que surge de la relación de los miembros que la forman. La relación de los miembros es más importante que su naturaleza intrínseca. Los valores son cualidades estructurales que se desarrollan en una persona y en el grupo humano ante las propiedades que se encuentran en el mundo objetivo. Los mismos están determinados por los individuos, sus percepciones y los significados sociales

En tiempos en que la Sustentabilidad se demuestra con acciones, compromiso e información, el intercambio es un mecanismo de valor incalcula-

ble en términos de experiencias, reflexión y aprendizaje dinámico que va a favorecer la formación del profesional contable, orientándolo en cursos de acción a seguir.

La finalidad legítima de del contador es ofrecer su laborar al servicio de la mayor información y transparencia posibles hacia los grupos de interés para consolidar, con credibilidad, la diferenciación, y tratar de influir de forma positiva en las percepciones y en los comportamientos favorables hacia la organización, y de ella hacia la sociedad.

No creo estar errada al afirmar que la gran mayoría de los contadores han venido otorgando precedencia en su desarrollo profesional a aspectos relacionados con normativas y regulaciones estrictamente técnico- profesionales, más que a una sistemática capacitación que contribuya a desarrollar destrezas en la aplicación de valores, ética y actitud proactiva.

En las organizaciones los objetivos son múltiples, sus fines últimos se corresponden con la razón de ser de la organización. Estos difieren de los objetivos personales de los profesionales contables, quienes con una visión ética en su desempeño, deben sostener y mejorar su desempeño en función de principios alineados con las mejores prácticas que deben regir su comportamiento.

## **XI. Guía de discusión**

1. ¿Es la nueva realidad contable un motor de cambio en la conducta del contador?
2. ¿Los lineamientos éticos del profesional contable necesitan un fortalecimiento acorde a las nuevas tendencias de sustentabilidad que se han instalado en la conciencia mundial?
3. ¿Cuáles elementos de los códigos de ética aplicables al profesional contable deberían ser ampliados en vistas de un desarrollo más sustentable?
4. ¿La comunicación del mensaje contable en forma transparente, basada en información de calidad, está lo suficientemente resguardada de conductas antiéticas?
5. ¿Es factible capacitar a los profesionales en un marco ético ampliado que responda a las nuevas realidades?
6. ¿Cuáles serían los principales aspectos a incorporar en una actualización de los códigos de ética profesionales?

7. ¿Debieran los aspectos que hacen a la gobernabilidad, como las medidas anticorrupción y antilavado estar explicitados dentro de los códigos de ética profesional, o estas problemáticas quedan sobreentendidas en las proposiciones vigentes?
8. ¿Debieran los organismos profesionales impulsar la capacitación en temas relacionados con la sustentabilidad, como por ejemplo: responsabilidad social, problemáticas de la dimensión ambiental y de gobernabilidad, teniendo como eje transversal las cuestiones éticas esencialmente relacionadas, para impulsar un profesional contable íntegro?

## XII. Referencias bibliográficas

- ACKOFF, R.(2006). *Planificación de las empresas del futuro*, Limusa, México.
- BELLOD REDONDO, J. (2011). *El Monetarismo Amable de David Hume Ensayos morales, políticos y literarios, David Hume*, Madrid, Editorial Trotta y Liberty Fund, 584 pp.
- BENNETT, M. and JAMES, P. (1998). *The Green Bottom Line. Environmental Accounting for Management. Current Practice and Future Trends*, Sheffield: Greenleaf Publishing
- FERNÁNDEZ LORENZO, L. y GEBÁ, N. (2009). *Lecturas sobre elementos del discurso contable*. Ediciones Haber, Argentina p.139.
- FOUCAULT, M. (1987). *El uso de los placeres. Historia de la sexualidad 2*. Madrid, Siglo XXI.
- FRONDIZI, R. (1999). *Qué son los valores?* Decimoquinta reimpresión, Primera edición 1958, México, D.F., Fondo de cultura económica.
- FRONTI DE GARCÍA, ET ALTRI. (2009). *Libro Contabilidad Ambiental de Gestión y Financiera*. Informe final: Segunda Parte (Documentos de Trabajo de Contabilidad Patrimonial y Ambiental, Año 1 N° 2), en prensa- Ed. Centro de Investigación en Contabilidad Patrimonial y Ambiental, FCE-UBA, Bs. As. Argentina - ISSN: 1851-9385.
- GARCÍA MORENTE, M. (1974). *Lecciones preliminares de filosofía*. Editorial Losada. Buenos Aires.
- GÓMEZ, R. (1995). *Neoliberalismo y pseudo ciencia*, Buenos Aires, Editorial Lugar.

- GRAY, R. ET ALTRI (1995). *The greening of enterprise: an exploration of the (non) role of environmental accounting and environmental accountants in organisational change*. Dundee University and Heriot-Watt University. Academic Press Limited, U K.
- GREEN BIZ (2013). "State of Green Business 2013".
- HABERMAS, J. (1999). *Teoría de la acción comunicativa*, Primera edición 1981, Buenos Aires, Taurus.
- IFAC (2012). Proposed International Education Standard (IES) Initial Professional Development - Professional Values, Ethics, and Attitudes. International Standard Education board - Exposure Draft July 2012
- IFAC handbook of international public sector accounting standards board pronouncements en [http://www.ifac.org/Members/Downloads/2015\\_IPSASB\\_Handbook.pdf](http://www.ifac.org/Members/Downloads/2015_IPSASB_Handbook.pdf)
- IJIRI, Y. (1967). *The Foundations of Accounting Measurements, A Mathematical, Economic and Behavioral Inquiry*, Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall.
- JASCH, C. (2001). *Environmental Management Accounting Procedures and Principles* - Prepared for the Expert working group on "Improving the Role of Government in the Promotion of Environmental Managerial Accounting" UN Division For Sustainable Development, New York.
- KPMG (2012). *Expect the Unexpected: Building business value in a changing World*, KPMG International, Swiss entity. Suiza
- LABANDEIRA, X.; LEÓN, C. y VÁZQUEZ, M. X. (2006). *Economía ambiental*. Madrid: Pearson-Prentice Hall.
- LARRINAGA GONZÁLEZ, C.; MONEVA, J. M. y OTROS (2002). *Regulación contable de la información medioambiental. Normativa española e internacional*, AECA.
- LASZLO, E. (1988). *Evolución. La gran síntesis*, Espasa Calpe, Colección Espasa Mañana, Madrid.
- LAUGHLIN, R. (1991). *Environmental disturbances and organisational transitions and transformations: some alternative models*. Organisational Studies, vol. 12, núm. 2, pp. 209-232.
- LIZCANO, J. (AECA, 2012). Universidad del Antioquia. Jornadas del Conocimiento en Ciencias Económicas Medellín, 14 al 15 de noviembre de 2012.
- MALIANDI, R. (1994). *Ética: conceptos y problemas*. Primera edición, 1991, Buenos Aires, Biblos.

- MOLINER, M. (1992). *Diccionario del Uso del Español*, Tomo A-G y Tomo H-Z Editorial Gredos España.
- MATTESSICH, R. (1964). *Accounting and Analytical Methods. Measurement and Projection of Income and Wealth in the Micro and Macro-Economy*. Homewood, Illinois, Irwiin,
- . (2014). *Accounting and Analytical Methods OCM Propositions*. Homewood, Illinois, Irwiin
- MEDINA, J. y ORTEGÓN, E. (2007). *Manual de prospectiva y decisión estratégica: bases teóricas e instrumentos para América Latina y el Caribe*. Naciones Unidas, p. 127.
- MEJÍA SOTO, E. y MONTES SALAZAR, C. A. (2012). “Análisis de los conceptos de capital, mantenimiento de éste y su relación con la riqueza ambiental”. *Revista Internacional Legis de Contabilidad y Auditoría N° 49*, enero-marzo, pp. 115-154.
- MONEVA, J. M.; FERNÁNDEZ CUESTA Y LARRINAGA, C. (2002). “La normativa contable española sobre información financiera medioambiental”. *Revista Técnica Contable*, diciembre 2002.
- MONTESINOS JULVE, V. “Perspectiva contable de la valoración empresarial”. *Panorama Bursátil*, abril 1977, pág. 47 a 70.
- MORIN, E. (1990). *Introducción al pensamiento complejo*, Gedisa, España.
- PORTER, M. E. y KRAMER, M. R. (2011) . “Creating Shared Value”, *Harvard Business Review* 89, n<sup>os</sup> 1-2 E.
- PORTER, M. E. (2008). “The Five Competitive Forces That Shape Strategy.” Special Issue on HBS Centennial. *Harvard Business Review* 86, n° 1 E.
- PRIGOGINE, I. y STENGERS, I. (1990). *La nueva alianza. Metamorfosis de la ciencia*, Alianza, Madrid.
- RUEDA DELGADO, G. (2002). “Desarrollo alternativo y contabilidad: una aproximación”. En: *Revista Contador N° 9*, enero-marzo, p. 11-128.
- SCAVONE, G. (2004). “Análisis de las variables que influyen en la información social y ambiental empresaria”. XXV Jornadas Universitarias de Contabilidad y la 1° Jornadas Universitarias Internacionales de Contabilidad. Buenos Aires.
- . (2005). “Environmental Management Accounting Current Practice and Future Trens in Argentina” Implementing Environmental Management Accounting Status and Challenges —EMA in the developing

- countries— *Management Accounting Status and Challenges* Kluwer Academic Publishers. London.
- SCAVONE, G. (2004). “Requerimientos de Información ambiental e información contable” – Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable – jornadas de actualización interna - Julio 2008
- . (2008). Entrenamiento en Contabilidad de Gestión Ambiental brindado a empresas salvadoreñas y al Centro de Producción Limpia de El Salvador, Centroamérica, en el ámbito Cooperación Horizontal Sur-Sur, en el marco del proyecto presentado por Colombia. 27 al 4 de junio de 2008.
- . (2014). La evolución de la información contable hacia una calidad sustentable XII Seminario Interamericano de Contabilidad 2014, Panamá, República de Panamá, 21 y 22 de agosto de 2014.
- SCHALTEGGER, S. y MÜLLER, K. (1997). *Environmental Management Accounting: Current Practice and Future Trends*. Geographic Focus: Global “Calculating the True Profitability of Pollution Prevention”. Greener Management International, GMI 17.
- SCHALTEGGER, S. y BURRITT, R. (2000). *Contemporary Environmental Accounting. Issues, Concepts and Practice*. London: Greenleaf Publishing.
- TUA PEREDA, J. (1995). Evolución y situación actual del pensamiento contable. Presentado en Colombia – IV encuentro de Investigación contable-Fundación para la investigación y Desarrollo de la Ciencia Contable.



## **SUSCRIPCIÓN**

Contabilidad y Decisiones es una revista académica especializada en cuestiones contables, de publicación anual.

Los interesados en suscribirse deben dirigirse por correo postal a:

Sr. Director

Revista Contabilidad y Decisiones

Facultad de Ciencias Económicas y de Administración

Universidad Católica de Córdoba

Obispo Trejo 323

X5000IYG Córdoba

República Argentina

También podrán hacerlo por correo electrónico a:

[revistaaic.facea@ucc.edu.ar](mailto:revistaaic.facea@ucc.edu.ar)

El presente volumen se terminó de imprimir en febrero de 2019,  
en Córdoba, República Argentina