

UNA MANIFESTACIÓN PÚBLICA DE LA ÉTICA EN LA EMPRESA: INFORMACIÓN FINANCIERA DE CALIDAD

MARCELA ESPINOSA PIKE

Profesora Titular

Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea

ABSTRACT

Entre las principales manifestaciones de la ética en la empresa y del cumplimiento de su responsabilidad social se encuentra la de suministrar información veraz, suficiente y de calidad sobre la situación económico-financiera y sobre los resultados de la empresa. Sin embargo, esta exigencia no siempre se cumple. Tanto la manipulación, falseamiento u ocultación de la información contable como el uso creativo de las normas contables generan una fuerte desconfianza por parte de los usuarios y les impiden la correcta toma de decisiones.

El compromiso de la ética empresarial sólo es posible a través del comportamiento correcto de los grupos implicados en la elaboración, aprobación y verificación de la información económico-financiera: Directivos, Consejo de Administración, y Auditor externo. En este sentido, este trabajo analiza las propuestas de los Códigos de Buen Gobierno, desarrollados tanto a nivel internacional como nacional, y en concreto, el papel de los Comités de Auditoría y las nuevas exigencias a los auditores externos, como medidas que tratan de restablecer la confianza de los inversores y garantizar un adecuado funcionamiento de los mercados.

■ *Enpresako etikaren eta erantzukizun soziala betetzearen adierazpen nagusien artean daude egoera ekonomiko eta finantzarioari eta enpresako emaitzei buruzko egiazko informazioa, nabikoa eta kalitatezkoa, eskaintzea. Hala ere, eskakizun hori ez da beti betetzen. Kontabilitateari buruzko informazioa manipulatzek, faltsutzek eta ezkuatzek, edota kontabilitate-arauen erabilera sortzaileak mesfidantza handia sortzen du erabiltzaileengan, eta erabakiak behar bezala hartzea saihesten dute.*

Enpresako etikaren konpromisoa informazio ekonomiko eta finantzarioa eratzeaz, onartzeaz eta egiaztatzeaz arduratzen diren taldeen jokabide zuzenaren bidez baka-rrik lortu daiteke. Talde horiek ondoko hauek dira: Zuzendariak, Administrazio-kontseilua eta Kanpoko Kontu-ikuskaria. Zentzu horretan, lan honek nazioarteko mailan nahiz maila nazionalean garatutako Gobernu Onaren Kodeetako proposa-menak eta, zehazki, Kontu-ikuskaritza Batzordeen papera eta kanpoko kontu-ikus-karien eskakizun berriak aztertzen ditu, inbertitzaileen konfiantza berrezatzea eta merkatuen funtzionamendu egokia bermatzea xede duten neurri gisa.

■ *One of the main manifestations of ethics and fulfilment of social responsibility in business is the provision of truthful information sufficient in quantity and quality concerning the economic and financial situation and results of companies. This requirement is not always met. Manipulation, falsification and concealment of accounting information and the creative use of accounting rules and regulations cause a great deal of mistrust on the part of users and hinder correct decision-making.*

Commitment to corporate ethics is only possible through the correct behaviour of all the groups involved in the drawing up, approval and checking of economic and financial information, including management, the board of directors and external auditors. This article looks at the proposals for codes of good corporate governance drawn up at domestic and international level, and more specifically at the role of audit committees and the new demands made of external auditors as measures seeking to restore the trust of investors and assure the proper operation of markets.

1. Introducción

En los últimos tiempos estamos asistiendo a una creciente exigencia de responsabilidad social a las empresas, a una demanda de comportamiento ético. A la empresa ya no sólo se le pide que genere beneficios, tal y como se consideraba que era su cometido en las épocas más liberales de la historia, sino que además se le exige que responda adecuadamente a la comunidad, que se preocupe por los intereses de ésta y que rinda cuentas de su actuación. Parece que, incluso, la actuación ética está siendo un elemento a considerar por parte de los inversores a la hora de tomar decisiones económicas, aunque desde luego, no es el único, ni el principal.

La responsabilidad social de la empresa surge porque de su buen comportamiento depende el bienestar de los individuos que forman la sociedad en la que opera la empresa. Siguiendo a Tua y Gonzalo (1987) los factores que han motivado la creciente importancia de la responsabilidad empresarial son, entre otros, el aumento en la sensibilización del poder de las empresas y su impacto social, el incremento de las exigencias sociales de transparencia y control de todo lo que directa o indirectamente puede afectar al bienestar de la colectividad, la preocupación por el nivel y calidad de vida, y cambios substanciales en las propias empresas.

Esta exigencia de comportamiento ético y de responsabilidad social se dirige principalmente a las empresas cotizadas. La sociedad exige altas cotas de eficacia, agilidad, responsabilidad y transparencia en el gobierno de las empresas. Estas demandas vienen provocadas principalmente por el creciente papel y número de accionistas en la sociedad. La globalización de la economía y la internacionalización de los mercados han dado lugar a un sistema centrado en las Bolsas de valores, siguiendo el modelo anglosajón, que ha desplazado a los Bancos e instituciones financieras tradicionales de las economías europeas continentales.

En el caso español, el mercado de capitales era hasta hace unos pocos años un coto cerrado de unos pocos ya que la mayoría de los ciudadanos destinaban sus ahorros a inversiones de menor riesgo y más tradicionales, como renta fija, depósitos bancarios, etc. Sin embargo, la propia evolución social y económica del país, unida a una fuerte política de privatizaciones y a la globalidad de la economía han dado lugar a un incremento notable de accionistas acercando de este modo el mundo empresarial y el mercado de capitales a un número mucho más alto de españoles. En este sentido y siguiendo el Informe Aldama (2003, pág. 9) «la estructura de los activos financieros de las familias españolas ha experimen-

tado un cambio sustancial en la última década. A finales de 2001, cerca del 60% de esos activos estaba formado por productos financieros relacionados directa o indirectamente con el mercado bursátil, frente al 37% en 1995 y el 23% en 1985. De hecho, a finales de 2002, el 28% de la capitalización de la Bolsa de Madrid, por ejemplo, estaba en manos de las familias: un porcentaje superior al existente en la mayoría de las bolsas europeas.

Este aumento del impacto directo de la gestión empresarial en el bienestar de un número cada vez mayor de individuos conlleva que la actuación de la empresa se encuentre, actualmente, en el punto de mira de todos los intervinientes en el mercado.

2. El papel de la información contable en la transparencia de los mercados

Ante esta situación, la información sobre la actuación de la empresa ha pasado a ser un punto clave para el correcto funcionamiento de los mercados. Tal y como afirma el Informe Aldama (2003, p. 13): «En los mercados financieros, la información es la piedra angular sobre la que descansa todo el sistema para que los precios se formen adecuadamente y se pueda tutelar la posición de quienes en ellos actúan. Por eso, la regulación de los mercados financieros y de sus agentes debe asegurar la correcta y necesaria transmisión de información de modo que cuantos participan en los mismos puedan formarse juicios fundados y razonables para sus decisiones de inversión o de desinversión, erigiéndose en principio fundamental el de la transparencia, por el cual:

Se transmite al mercado toda la información relevante para los inversores.

—La información que se transmite es correcta y veraz.

—La información se transmite de forma simétrica y equitativa.

—La información se transmite en tiempo útil.

Cuando estas condiciones se cumplen, los inversores pueden tomar sus decisiones con toda la confianza en el sistema. En este proceso de decisión la información contable adquiere su máxima importancia. La fuerte separación entre propiedad y gestión, y la dispersión del accionariado sin un acceso directo a la segunda, aumenta de manera insospechable el papel de la información económica-financiera para la toma de decisiones. Para que la información que suministran sea útil, los estados contables deben ser relevantes y veraces. Sin embargo, si los estados contables son engañosos o se preparan de forma fraudulenta, se pierde el objetivo básico de utilidad para la toma de decisiones, y se viola la confianza de los usuarios. Si la información que reciben no es veraz, sus decisiones difícilmente podrán ser las correctas.

Lo que ocurre es que los intereses de la gerencia, de los accionistas o de otros usuarios de la información contable no coinciden. Hay que tener en cuenta que la información contable no es utilizada únicamente por los accionistas, sino por un amplio grupo de usuarios que tienen distintos intereses y que se ven afectados de forma diferente por las alternativas de tratamiento contable.

Una clasificación habitual de los usuarios es la que diferencia entre usuarios externos e internos. Los usuarios externos toman sus decisiones desde fuera de la unidad económica a la que se refiere la información contable. Dentro de este grupo, nos encontramos con los accionistas, prestamistas, empleados, clientes y proveedores, los organismos públicos, la competencia y el público en general. Los usuarios internos, son aquellos que toman decisiones dentro de la empresa. Se trata de los directivos y mandos intermedios, los cuáles son responsables de la información que proporcionan a los usuarios externos.

Los intereses y las demandas de información de estos grupos no son coincidentes. A pesar de que los usuarios externos querrán información que sea relevante, útil y neutral para tomar decisiones económicas racionales, aún así, los intereses de estos grupos no tienen porqué coincidir. Los inversores, en general, tendrán un interés mayor en los beneficios de la empresa, mientras que los acreedores lo tendrán en la posición financiera de la misma. Por otra parte, los directores buscarán aquellas alternativas contables que permitan proteger sus intereses.

El conflicto principal se produce entre directivos y accionistas. La separación de capital y trabajo ha dado lugar a la delegación de autoridad y responsabilidad por parte de los propietarios en personas que proporcionen a los mismos la máxima utilidad. Esta (propietarios-gerencia) es una de las relaciones de agencia que más interés ha generado entre los autores, y que es definida por Jensen y Meckling (1976, p. 308) como «un contrato bajo el cual uno o más principales contratan a otra persona (el agente) para que desarrolle un servicio para ellos, de forma que se delega en el agente cierta autoridad para la toma de decisiones.»

La teoría de la agencia contiene dos asunciones básicas:

- La actuación racional de los individuos, de forma que buscan su propio interés; y
- El reconocimiento de que las dos partes del contrato no tienen la misma información. Es decir, la existencia de asimetría de información.

Ambas suposiciones se producen en la relación entre propietarios (principal) y directivos (agente). De esta forma, el problema estriba en que los incentivos e intereses del principal y del agente son diferentes. Dado que los intereses del gerente no coinciden con los del principal, y dado que el primero posee más información que el segundo, y éste no puede observar el comportamiento del agente, la preocupación se centra en que el agente podría tomar decisiones en su propio interés que no

tienen porqué beneficiar al principal, sino que pueden ir en su detrimento. Es decir, el gerente podría consumir recursos de la empresa en su propio provecho y no en el de quienes han confiado en él su capital para la mejor gestión del mismo.

El principal toma una serie de medidas con el objetivo de que el agente actúe en la dirección en la que el primero actuaría. Es decir, el principal tendrá que fijar una estructura de incentivos para que los intereses del agente se acerquen a los suyos, y para controlar y restringir la capacidad de actuación del mismo.

La contabilidad juega un rol fundamental en esta relación tanto en términos de supervisión como de control. Como señalan Cañibano Calvo y Gonzalo Angulo (1995, p. 48): «Las variables contables son, por tanto, definitivas para el establecimiento de un contrato de agencia, por dos razones: a) miden la eficacia de la gestión, que depende de las acciones del agente y de sucesos externos incontrolables para él, y b) sirven para marcar el reparto del resultado entre los dos, sea cual sea la forma en que se comparta el riesgo y los beneficios.»

Así, el uso de las cifras contables en los contratos internos de remuneración a la gerencia, supone una forma de acercar intereses. Al remunerar al agente, en parte, según las cifras contables, mediante bonos o compensaciones que dependen de los beneficios o ingresos reconocidos mediante este modelo, o mediante opciones sobre acciones de la empresa, se consigue acercar los incentivos de ambos. Los estados contables servirán, también, para controlar la buena marcha del negocio, y por lo tanto, la actuación del gerente, por lo que, la contabilidad tiene también una función de control.

Esta línea de investigación se ha encaminado también hacia el análisis del comportamiento de propietarios y gerente ante las normas contables, debido a que las mismas influyen en la riqueza de ambos (ver Ruiz Barbadillo, 1994). El gerente tiene incentivos suficientes para tratar de influir de alguna forma en las normas contables y en las alternativas a elegir, e incluso para manipular los datos contables llegado el caso, ya que su riqueza depende en parte de las mismas. Estas alteraciones suponen que la información que reciben los accionistas y demás usuarios y sobre la que toman sus decisiones pueden no representar la imagen fiel de la compañía. Ante esta situación, difícilmente se podrá hablar de Ética Empresarial.

El problema se agudiza debido a que no sólo la información puede no tener la calidad deseada cuando intencionadamente se manipula, oculta o se falsea, sino que aún cumpliendo la legalidad vigente se pueden producir muchas ocasiones en las que la información no cumple las exigencias de neutralidad, fiabilidad o calidad deseada por los usuarios.

El modelo contable trata de medir y representar la realidad empresarial, y en concreto, la situación económico-financiera y el resultado de la actividad. Para ello utiliza unos principios y criterios generalmente aceptados. Este modelo no dispone de un único método de valoración, sino que se permite la elección entre

diversas alternativas para reflejar los distintos hechos económicos. Esto significa que la representación de la realidad empresarial exige el uso del juicio profesional. Es decir, la realidad empresarial es una realidad compleja y cambiante donde las transacciones adquieren diversas formas y donde es necesario la elección de las diversas alternativas, la utilización de criterios subjetivos para realizar estimaciones o previsiones y para, en definitiva, poder valorar y representar esa realidad en continuo movimiento.

Debido a la flexibilidad de las normas contables, el ejercicio del juicio profesional será necesario para determinar cuál es el método correcto, la mejor forma de representar los hechos económicos de la empresa.

Lo que ocurre es que si bien la flexibilidad es necesaria para poder representar fielmente la realidad empresarial, también es cierto que dicha flexibilidad se utiliza para favorecer los intereses particulares. Como afirma Martínez Churriak (2003, p. 75): «La elección de opciones, métodos contables alternativos, modelos de cuantificación de estimados, etc. son políticas contables inevitables para producir la imagen fiel pero que simultáneamente facilitan la manipulación artificial de los beneficios. El uso intencionado de estas herramientas para producir niveles de renta y riqueza deseados por la dirección contamina todo el proceso de elaboración de la información».

Así, cuando las empresas tienen dificultades, tratan en muchas ocasiones de camuflar las mismas, cambiando la forma en que se mide y/o informa sobre la situación de la entidad. A veces, no se cumplen las estimaciones que se habían hecho previamente, bien por una mala dirección o porque se producen determinados hechos negativos que no se habían previsto. Ante estas situaciones, la dirección puede querer modificar las reglas de medida y/o información, que se habían aplicado hasta el momento para poder, de esta forma, mostrar una imagen más positiva de la situación de la empresa. Esto es lo que se conoce como una de las variantes más negativas de la Contabilidad Creativa.

Naser (1993), define la Contabilidad Creativa como:

- a) El proceso de manipulación de las figuras contables a través del aprovechamiento de los vacíos en las reglas contables y de las alternativas en las prácticas de medida y revelación que ésta ofrece, para transformar los estados financieros de lo que debieran ser a lo que los preparadores prefieren que sean, y
- b) El proceso por el que las transacciones son estructuradas de forma que se produzcan los resultados contables preferidos, en vez de reflejar dichas transacciones de forma neutral y consistente.

La contabilidad creativa ha sido llevada a cabo durante muchos años por un gran número de directores, sin embargo, es en estos momentos cuando está reci-

biendo una mayor atención. En definitiva, esta práctica aprovecha las posibilidades que permiten las normas para presentar unas cuentas anuales que ofrezcan una imagen de la empresa que se asemeje a lo que los directivos desean, lo que no quiere decir que presenten lo que en la realidad es.

Normalmente, se considera que estas actividades no son fraudulentas en el sentido legal, pero sí nos podríamos plantear serias dudas sobre la ética de las mismas. En estas actividades hay intención de engaño y son indicativas de una situación en la que los directivos están bajo presión financiera y trabajando por debajo de los más altos estándares éticos.

La ambigüedad que rodea a estas prácticas hace que surjan sospechas sobre la integridad de quienes las realizan. Lo que se cuestiona es el posible engaño a los usuarios de la información contable, sabiendo lo difícil que es, ante estas actividades, establecer la línea que separa lo correcto de lo incorrecto. Además, muchos directivos están convencidos de que si una práctica no está explícitamente prohibida o si sólo supone una ligera desviación de las reglas, es una práctica ética con independencia de quién pueda verse afectado por la misma o por la información que se deriva de ella. Incluso entienden que «es una vía legítima de la dirección, útil para cumplir su responsabilidad de maximizar los rendimientos a los accionistas» (Fischer y Rosenzweig, 1995, p. 434).

En definitiva, la consecuencia de todo esto es que los inversores se encuentran inicialmente desprotegidos ante las prácticas de las empresas, bien porque intencionadamente manipulan, falsean u ocultan información al mercado, o bien porque, aún cumpliendo la legalidad, utilizan prácticas de contabilidad creativa que impiden que la información financiera tenga la calidad y la transparencia suficiente para la toma de decisiones por parte de los usuarios.

3. Medidas para la mejora de la ética empresarial: los códigos de buen gobierno

Dada la situación descrita, parece que nos encontramos ante un callejón sin salida. Es decir, o el gerente tiene altos estándares éticos o difícilmente se puede garantizar que la información financiera que sale al mercado tenga los requisitos de calidad exigida por la sociedad. El correcto funcionamiento de los mercados no puede dejarse únicamente en manos de los directivos sin ningún control. Por eso, organismos reguladores, profesión, etc., han llevado a cabo distintas iniciativas que tratan de aumentar la transparencia y la seguridad en los mercados financieros con la finalidad de restablecer la confianza de los inversores y evitar que manipulaciones contables no deseadas vuelvan a repetirse. Es decir, esta situación ha dado lugar a una paulatina concienciación por parte de autoridades regulado-

ras, así como de las propias empresas, de la necesidad de acometer cambios para poder satisfacer las demandas de la sociedad.

La mayoría de las iniciativas, ya sean con rango de ley o norma o como guía, recogen una serie de medidas que afectan a todos los elementos clave responsables de la transparencia y buen hacer de los negocios, es decir, del *Corporate Governance*. Los Códigos de Buen Gobierno dirigen su atención a varios órganos o elementos que tienen un papel clave en la consecución de dichos objetivos. Nos referimos a la misión, composición, estructura y funciones de los Consejos de Administración, y en especial, los Comités de Auditoría, con unas responsabilidades específicas y claras respecto a la información y control contable, y al papel de los auditores externos, como elementos fundamentales que pueden solucionar, y sino, al menos mejorar la actuación de la empresa en este tema.

El desarrollo de Códigos de Buen Gobierno fue una de las medidas que se inició a comienzos de los noventa y que tuvo un marcado carácter de autorregulación y voluntariedad. Pretendían concienciar a las empresas de la importancia del Buen Gobierno y ofrecer cierta confianza a los inversores sobre el comportamiento empresarial.

Si nos centramos en el caso español, la preocupación por la calidad y la transparencia en los mercados desembocó en la publicación (Febrero, 1998) de un Código de Buen Gobierno de las empresas españolas (Código Olivencia).

Este informe respondía a la nueva situación del accionariado en España, que demandaba una mejora en el gobierno de las sociedades y a la evolución iniciada en otros países que han desarrollado Códigos de Buen Gobierno (Informe Cadbury (1992), Informe Hampel (1998) en el Reino Unido; Informe Viennot (1995) en Francia, etc.) cuyo objetivo era buscar soluciones a las prácticas de las empresas y el control de las mismas.

El informe español (Informe Olivencia) mostraba las mismas preocupaciones que el resto de documentos y se establecía como un mecanismo de supervisión ex-ante que trataba de evitar la repetición de los numerosos casos de fraude que se han producido en la década de los noventa. Se trataba de una terapia preventiva que garantizase un adecuado funcionamiento de los mercados. Este documento, siguiendo el modelo anglosajón, era de aplicación voluntaria, aunque recomendada, principalmente para aquellas empresas que cotizan en la Bolsa española. La voluntariedad de su aplicación proviene del entendimiento de que el buen gobierno de las empresas no se puede imponer ni es fruto de una norma.

Sin embargo, este código no ha dado los resultados deseados. En España, tras cuatro años de la actuación de la Comisión Olivencia (1998) y según una segunda Comisión Olivencia (2000), establecida precisamente para seguir el cumplimiento del Código, se sabe que si bien los expertos conocen el Informe, y lo estiman positivamente, los accionistas apenas lo conocen. Además, para la

mayoría de expertos y accionistas la información proporcionada por las sociedades cotizadas a los mercados y a sus accionistas es muy insuficiente, y particularmente la información proporcionada con ocasión de las Juntas de Accionistas. Se da por supuesto que, al amparo de esta falta de transparencia, se dan conflictos de intereses y el uso de información privilegiada por parte de directivos y consejeros, en detrimento de la sociedad.

Siguiendo la tendencia de otros países (Ley Sarbanes-Oxley aprobada en EEUU el 30 de julio de 2002 y los respectivos desarrollos de la SEC (como una de las medidas más comentadas y quizá más ambiciosa punto de referencia de otras iniciativas emitidas con posterioridad), Informe Winter (Report of the High Level Group Of Company Law Experts On A Modern Regulatory Framework For Company Law In Europe) emitido en Bruselas el 4 de noviembre de 2002; Corporate Governance Guideline aprobada en Canadá en enero de 2003 por el Office of Superintendent of Financial Institutions (OSFI); The Report Audit Committes Combined Code Guidelines emitido por el Financial Reporting Council (FRC) en Gran Bretaña en el 2003, etc), en España se vio la necesidad modificar el Informe Olivencia y para ello se creó una nueva comisión con fecha 4 de septiembre de 2002 que finalmente, en enero de 2003, emitió el Informe de la Comisión Especial para el Fomento de la Transparencia y Seguridad en los Mercados y en las Sociedades Cotizadas (Informe Aldama). Este documento vuelve a centrarse en los mismos elementos fundamentales trabajados en el Informe Olivencia pero trata de solventar las carencias del mismo.

Los puntos clave de estos informes se centran en el papel de los Consejos de Administración como un instrumento de supervisión y control que debe acercar los planes de quienes gestionan la entidad con los intereses de los que aportan los recursos y asumen el riesgo empresarial. Dentro de esta función principal de control se pueden destacar, entre otras, las responsabilidades siguientes:

- a) Aprobación de las estrategias generales de la sociedad;
- b) Nombramiento, retribución y, en su caso, destitución de los más altos directivos de la sociedad;
- c) Control de la actividad de gestión y evaluación de los directivos;
- d) Identificación de los principales riesgos de la sociedad e implantación y seguimiento de los sistemas de control interno y de información adecuados; y
- e) Determinación de las políticas de información y comunicación con los accionistas, los mercados y la opinión pública.

Ahora bien, la eficacia en el desarrollo de las funciones del Consejo requiere la constitución de Comisiones especializadas en su seno. De esta forma es posible la diversificación del trabajo y asegurar que, en determinadas materias rele-

vantes cuya inmediatez e importancia no exigen su remisión directa al pleno del Consejo, las propuestas y acuerdos del mismo hayan pasado primero por un órgano especializado que pueda filtrar e informar sus decisiones. Los informes recomiendan la creación de la Comisión de Auditoría, Comisión de Nominación; Comisión de Retribuciones y Comisión de Cumplimiento.

3.1. Comités de auditoría

La creación de Comités de auditoría fue una de las medidas que mayor acuerdo a nivel internacional alcanzó como punto clave para mejorar el corporate governance y en particular como medida adecuada en relación a la independencia de los auditores. Los comités de auditoría se empezaron a implantar en 1978 en Estados Unidos por imposición de la SEC para aquellas empresas que cotizaban en la Bolsa de Nueva York, y poco a poco se ha ido extendiendo su implantación, a nivel europeo. Así por ejemplo, uno de los últimos países que se ha sumado a este requisito obligatorio ha sido España: la Ley de Medidas de Reforma del Sistema Financiero (2002) ha elevado a rango de norma la recomendación realizada, inicialmente por el Código Olivencia (1998) y, posteriormente, recogido por el Informe Aldama (2003). Esta Ley Financiera establece la obligatoriedad de la existencia en las sociedades cotizadas de una Comisión de Auditoría.

Las funciones de los Comités de Auditoría son, entre otras:

- Informar de Cuentas Anuales, así como estados financieros semestrales y trimestrales, que deban remitirse a los órganos reguladores o de supervisión de los mercados, haciendo mención a los sistemas internos de control, al control de su seguimiento y cumplimiento a través de la auditoría interna, así como, cuando proceda, a los criterios contables aplicados. La Comisión deberá también informar al Consejo de cualquier cambio de criterio contable y de los riesgos del balance y de fuera del mismo
- Dirigir los servicios de auditoría interna en el caso de que exista dicho órgano dentro de la organización empresarial.
- Proponer la selección, designación, renovación y remuneración del auditor externo, así como las condiciones para su contratación.

De entre todas las funciones asignadas al Comité de Auditoría, su relación con los auditores externos y su papel de velar por la independencia de los mismos, parece ser uno de los elementos claves de las reformas que se están llevando a cabo en el buen gobierno de las sociedades. Esta puede ser una medida que evite las presiones a las que se ven sometidos los auditores externos por parte de los directivos en el sentido de sesgar su opinión a favor de los intereses de la empresa cliente de quién reciben su compensación económica.

Si todo el proceso de selección, nombramiento, remuneración, renovación, etc. se lleva a cabo por los Comités de Auditoría, y si dicho Comité es realmente independiente de la Dirección, tal y como se promulga en los Códigos de Buen Gobierno, se evitaría muchas situaciones complejas que actualmente se producen. Este comité, debe estar formado por directivos independientes de la línea ejecutiva, de forma que no tengan impedimentos para ejercer libremente su juicio profesional y que no se encuentren ante conflictos de intereses, sino que actúen únicamente en el interés público.

La independencia de los miembros del Comité de Auditoría es uno de los requisitos indispensables para que se convierta en un instrumento eficaz en sus funciones de control y supervisión de la calidad de la información que se suministra al mercado. De esta forma, los Comités de Auditoría podrían jugar un papel clave en la mejora de la información financiera, en la garantía al público de que esta información representa la imagen fiel de la situación económica y financiera de la empresa, y en definitiva, en la satisfacción de la responsabilidad ética y social que tiene la empresa con el público en general.

Si bien entendemos que estos requerimientos sí suponen un paso adelante en la lucha por la transparencia y en la ética en los negocios, creemos que existen ciertos impedimentos para que se convierta en realidad. Principalmente esto se debe a la necesaria independencia de los miembros de los comités de auditoría. A este respecto, se vuelven a plantear las mismas ya viejas cuestiones que siempre han hecho dudar de la independencia de los auditores externos. Nos referimos a aspectos como la influencia de la permanencia en el juicio independiente, la negativa influencia de la dependencia económica de la dirección de la empresa para la que trabajan, etc. A esto habría que añadir la dificultad de que exista en estos momentos un mercado de directivos independientes, por lo menos en algunos países como España.

Por último, también resulta novedoso y realmente importante, la autoridad de los Comités de Auditoría para recibir de forma anónima los dilemas profesionales y éticos, por parte de los empleados de la empresa. Esta función se recoge explícitamente en la Ley Sarbanes-Oxley americana (2002). La facilitación del *whistleblowing* parece una vía real para mejorar el nivel ético en la empresa. De hecho, exigir comportamientos éticos a las personas empleadas, sea cual sea su puesto, sin establecer medidas para que tal comportamiento se de, es realmente utópico. Los ya famosos casos de Enron o Worldcom ponen de manifiesto la situación a la que se exponen las personas que quieren «hacer lo correcto».

Así, el profesional con un dilema ético en relación a los estados o políticas contables, pueda acudir al Comité de Auditoría para que éste conozca y enjuicie la gravedad del asunto, y descargue al profesional del problema, convirtiéndolo en un problema del Comité.

3.2. Auditor externo

Desde hace años la sociedad se dotó de lo que creía podía ser una solución, o al menos un filtro, a los intereses de las empresas a través de la obligación de las empresas que cumplieran una serie de requisitos de someterse a Auditoría. Si la sociedad no confía en la integridad de los administradores y gerentes de las compañías y, por tanto, en la calidad de la información que suministran al mercado, es lógico que busque alguna fórmula para evitar que se engañe o se manipulen las cuentas. Así, la auditoría serviría para garantizar que la información suministrada cumplía las exigencias marcadas por la regulación, en relación a la aplicación de las normas y principios contables.

Sin embargo, para que la auditoría sirva a la sociedad, es necesario que ésta confíe en que el auditor posee las cualidades éticas requeridas (independencia, integridad, competencia, etc.) y las va a ejercer en todo momento. Si por el contrario, el auditor está capturado por el gerente, tal y como se ha argumentado en muchas ocasiones, la utilidad sería nula o negativa.

La ética del auditor se ha puesto en duda en los últimos años debido a los escándalos de los que se ha tenido noticia a través de los medios informativos. La actuación, en algunos casos sin escrúpulos, de algunos de estos profesionales ha dado lugar a que la sociedad se cuestione la validez y la utilidad del servicio de auditoría. Hay que tener en cuenta, que la credibilidad es el único elemento que hace necesario la existencia de este servicio y que justifica el coste social que el mismo conlleva. Si los usuarios pierden la confianza en los estados financieros auditados, es decir, si pierden la confianza en el buen-hacer de estos profesionales, la auditoría, tal y como la conocemos, pierde su propia naturaleza.

Aunque ésto es cierto, no podemos olvidar que los auditores se encuentran ante un conflicto de intereses inherente a su práctica profesional, deben servir a la sociedad y por tanto ser independientes, pero de quien cobran es de las empresas a las que tienen que juzgar. Además, el entorno económico en el que se mueven actualmente los auditores ha dado lugar al surgimiento de nuevos problemas que obligan a modificar, o por lo menos, a replantear ciertos principios o requisitos en la actuación de los mismos. Los auditores, además de prestar un servicio de interés público, quieren y deben recibir una retribución por el mismo. Sin embargo, el entorno competitivo provoca que las firmas busquen nuevas fórmulas que les permitan mantener y captar clientes en un mercado estacionario. Estas nuevas fórmulas ponen en muchos casos en entredicho, valores profesionales como la integridad, objetividad e independencia, valores sin los cuales la auditoría pierde su razón de ser.

Uno de los temas clave para devolver la confianza a los inversores es garantizarles el comportamiento ético de los auditores. Algo que resulta realmente complicado. Sin embargo, lo que sí puede hacerse es ofrecer mayores garantías en el trabajo imparcial del auditor. Así, la independencia de estos profesionales sigue estando en

el punto de mira como elemento que ofrece una mayor transparencia y fiabilidad a la información financiera. Es cierto que a este tema se le llevan dando muchas vueltas desde hace décadas, sin haber alcanzado nunca un acuerdo sobre la mejor forma de lograrla. La discusión sobre la necesidad o no de establecer reglas concretas tales como rotación obligatoria, prestación de otros servicios, etc. es ya demasiado vieja.

A pesar de ello, muchos son los países que han vuelto a tratar el tema, endureciendo las incompatibilidades de los auditores externos. Uno de ellos es Estados Unidos, que tradicionalmente había mantenido una postura bastante liberal permitiendo una fuerte autorregulación de esta profesión. Sin embargo, los últimos escándalos han conducido a un cambio de postura radical. Así, la Ley Sarbanes-Oxley(2002) y los posteriores desarrollos de la SEC (*Strengthening Auditor Independence*, 2003) han establecido medidas mucho más estrictas que en el llamado «modelo europeo» que sigue manteniendo cierta confianza en la responsabilidad y juicio profesional de los auditores a la hora de decidir si determinadas actividades merman o no su independencia.

Sin embargo, hay que cuestionarse si estas medidas no son en realidad nuevos parches que si bien pueden aumentar la confianza de los inversores sobre el sistema, realmente no solucionan el problema de fondo. Y este problema de fondo radica en la necesidad de implantar una cultura ética en las firmas de auditoría donde se prime más el interés público y la responsabilidad hacia él, que los intereses económicos. Y esta cultura ética se inicia en la formación de los auditores que requiere un entrenamiento en los dilemas éticos a los que se va enfrentar en su labor profesional, continua en el sistema de selección del personal donde se debe primar no sólo aspectos como el expediente académico, actividades extracurriculares o experiencia profesional anterior sino también el comportamiento ético y finaliza en la posterior socialización de los miembros de las firmas que deben recibir señales claras sobre cuál es el comportamiento que se espera de ellos.

3.3. Otras recomendaciones

Por último merece la pena destacar dos nuevas exigencias que ha impuesto la Ley Sarbanes-Oxley (2002) relativas a la obligación de certificar la información y disponer de un código de conducta para los directivos.

Respecto a la primera de las cuestiones, la Ley americana establece la obligación del gerente y del director financiero de certificar en los estados financieros, entre otras cosas que:

- (1) el firmante ha revisado el informe;
- (2) en base a su conocimiento no contiene información falsa ni se omite información material necesaria y, además, los estados financieros representan fielmente la situación financiera y los resultados de las operaciones de la empresa;

- (3) los firmantes son responsables de establecer y mantener el control interno;
- (4) los firmantes han revelado a los auditores y al comité de auditoría todas las deficiencias y debilidades significativas del control interno.

La obligación de certificar las cuentas puede no llamarnos la atención basta que según nuestro ordenamiento jurídico, en España, las Cuentas Anuales deben estar firmadas por todos los administradores. Sin embargo, estas nuevas obligaciones impuestas a los directivos de las compañías americanas van mucho más allá y pueden conseguir que se tome conciencia de la responsabilidad que supone la presentación de la información financiera a los mercados debido a las posibles sanciones por certificación falsa.

Así, la vía de las sanciones para disuadir de comportamientos no éticos por parte de las compañías puede tener gran impacto si por ejemplo las multas pueden alcanzar los 5 millones de dólares y las penas de prisión los 20 años de cárcel tal y como establece la Ley Sarbanes-Oxley.

El efecto de las sanciones, como medidas disuasorias del comportamiento ilegal o no ético, ha sido ampliamente estudiado en la sociología y la criminología. Las sanciones poseen varios elementos determinantes: la probabilidad de detección, la probabilidad de castigo y la severidad de las mismas. Esta última se refiere al coste personal percibido. Si las sanciones son lo suficientemente fuertes, el coste de las mismas será un elemento de disuasión del comportamiento no ético.

Según los diversos estudios sobre este tema, las sanciones o la amenaza de las mismas, conducen a la prevención de los comportamientos incorrectos, o al menos, reducen la frecuencia de los mismos. A mayor probabilidad de detección y de castigo, se reduce la frecuencia de los actos ilegales.

Sin embargo, para que las sanciones sean efectivas es necesario que los individuos conozcan las mismas, y que perciban la probabilidad de ser descubiertos y penalizados, así como el coste personal de las mismas.

Por último otro de los elementos a considerar de los Códigos de Buen Gobierno es la recomendación u obligación, en algunos casos, de disponer de códigos de conducta. Los códigos de conducta son una de las maneras de transmitir los valores de la organización ofreciendo a todos los empleados una base común en relación a los valores y comportamientos esperados. En los últimos años, la mayoría de las grandes empresas han adoptado los mismos.

Debemos señalar que poseer un código de conducta no garantiza, ni tan siquiera promueve el comportamiento ético, a menos que vaya acompañado de otras medidas. Los códigos de conducta no deben únicamente convertirse en una manifestación escrita de buenas intenciones. De nada sirven estas políticas escritas si la cultura de la empresa no va en consonancia con las mismas. En este sentido se ha criticado a los códigos por considerarse que muchas empresas los han

desarrollado para mejorar su imagen externa, y no para que realmente sean cumplidos por los miembros de la organización.

Para que sean efectivos deben incluir una serie de aspectos tales como: los mecanismos para garantizar su observancia, las medidas de sanción ante el incumplimiento, etc. Según Sweeney y Siers (1990, p.34) para que los códigos promuevan y mantengan un clima ético «se deben implementar de forma efectiva, controlar el comportamiento continuamente, revisar periódicamente, y si es necesario, modificarlos, y obligar a su cumplimiento de forma inequívoca».

Es necesario que la dirección respalde dichos códigos y muestre claramente que éste es el comportamiento propio de los miembros de la empresa. Cada vez existe una mayor creencia de que las empresas son responsables del comportamiento ético o no ético de sus empleados.

Las empresas tienen sus objetivos, sus políticas establecidas y su cultura que se va transmitiendo a los miembros de las mismas a través del proceso de socialización. Schein (1968, p. 3) señala como la socialización por parte de una sociedad, organización o grupo se refiere al «proceso por el que un nuevo miembro aprende el sistema de valores, normas y las pautas de comportamiento necesarias del grupo en el que el está entrando». Estos valores, normas y pautas de comportamiento engloban normalmente:

1. Los *objetivos* básicos de la organización.
2. Los *medios* preferidos para alcanzar dichos objetivos.
3. Las *responsabilidades* básicas del miembro en el rol que se le ha adjudicado por la organización.
4. Las *pautas de comportamiento* que son necesarias para un cumplimiento efectivo de dicho rol.
5. Un conjunto de reglas o principios que están relacionadas con el *mantenimiento de la identidad e integridad* de la organización».

Cuando la forma de actuar correcta se muestra claramente por parte de los superiores, los dilemas éticos disminuyen, ya que habrá menores conflictos entre los valores del individuo y valores de la empresa.

Por lo tanto, los directivos deben dejar claro cual es el comportamiento esperado. La forma de hacerlo no sólo consiste en dar ejemplo con su actuación, sino también en transmitir, de forma verbal y escrita, los valores y comportamientos que se consideran correctos en la empresa.

Por mucho que exista un código de conducta, si los objetivos que se transmiten al individuo están orientados a la consecución de metas en el corto plazo, y si el comportamiento y valores de la alta dirección no van acordes con los prin-

cipios y normas recogidas en los códigos de comportamiento, existirá un alto riesgo de que los individuos de la organización se vean envueltos en actividades poco éticas, deshonestas, e incluso, ilegales. Según el informe del AICPA(1992) si existen presiones para alcanzar objetivos poco reales, particularmente resultados de corto-plazo, premios condicionados fuertemente a resultados, y recortes hacia arriba o hacia abajo de los planes de compensación, existirán fuertes incentivos que pueden conducir a que se tome parte en actividades fraudulentas o cuestionables relativas a prácticas de información financiera.

Este conjunto de elementos conforman el clima ético o cultura de la organización. Como señala el informe Treadway (1987) «un fuerte clima ético en la empresa a todos los niveles, es vital para el bienestar de la empresa, sus miembros y el público en general. Dicho clima contribuye de forma importante a la efectividad de las políticas y sistemas de control de la compañía, y ayuda a influir el comportamiento que no está sujeto ni a los más elaborados sistemas de control».

4. Reflexiones finales

La Ética empresarial ha pasado a ser una de las preocupaciones más importantes de la sociedad en general, e incluso, de las propias empresas en particular, o al menos eso es lo que queremos creer. Es cierto que la evolución de la ética empresarial tanto en España como a nivel internacional está teniendo un desarrollo sorprendente e inesperado.

Parece así mismo que la idea de que en los negocios no es posible ser ético o al menos, no es necesario, ha desaparecido, e incluso, parece que las empresas se lo están tomando en serio. La importancia de la ética en el trabajo es un concepto que está cambiando en los últimos tiempos. Si bien hace unos años era habitual que la mayoría de los empresarios y directivos pensasen que la ética y los negocios eran subconjuntos independientes, hoy en día el comportamiento y las consideraciones éticas ocupan un lugar cada vez más importante en las políticas empresariales. Si la empresa, en el desarrollo de su actividad, tiene en consideración las necesidades y expectativas de aquellos que se van a ver afectados, conseguirá una mayor credibilidad y aceptación social. Esta creciente preocupación por los aspectos éticos, se deriva también de que económicamente ser ético se está convirtiendo en algo rentable.

Sin embargo, no nos debemos dejar engañar; los últimos escándalos empresariales nos devuelven a la realidad. Las prácticas de las empresas siguen siendo, en muchos casos, creativas y, en algunos, fraudulentas lo que imposibilita el correcto funcionamiento de los mercados. Los inversores han perdido la confianza en la información empresarial que reciben.

El desarrollo de Códigos de Buen Gobierno es un paso importante para restablecer dicha confianza y garantizar la transparencia de la información pero no es la solución a todos los problemas. Las nuevas obligaciones de los Consejos de Administración, y en particular, las nuevas responsabilidades de los Comités de Auditoría, les convierten en la esperanza para solventar una situación bastante complicada. Sin embargo, tal y como todos hemos podido observar, y no únicamente en el mercado norteamericano, los códigos de buen gobierno no son suficientes para garantizar el comportamiento ético de la empresa.

Y es que quizá se está pidiendo demasiado a un mundo, el empresarial, al que el mercado impone unas exigencias de cotización, rentabilidad y beneficios que supone una presión muy elevada para los gestores de las empresas. Es demasiado ingenuo dejar en manos de las propias empresas la responsabilidad de actuar éticamente cuando lo que se sigue pidiendo es resultados.

Quizá lo que nos debiéramos cuestionar es nuestra propia responsabilidad, la responsabilidad de la sociedad en general. Y es que mientras lo que nos siga preocupando sea la rentabilidad de nuestras inversiones, tampoco podemos exigir que quienes las gestionan tengan unos intereses o preocupaciones tan distintas a la nuestra. Es necesaria una mayor concienciación de la importancia del largo plazo para la supervivencia de las empresas, que el buen hacer se premie por el mercado aunque los objetivos fijados de beneficios o dividendos no sean alcanzables si no es con medios éticos.

Esto no elimina la responsabilidad de las empresas, de los auditores o de los propios organismos encargados del control de la actuación de las primeras. Ya que lo que sí podemos exigir es que la obtención de beneficios se lleve a cabo con los medios éticos necesarios y que la información que se suministra al mercado sea transparente y tenga la calidad suficiente para poder tomar correctamente las decisiones.

Bibliografía

- American Institute of Certified Public Accountants (1992): «Internal Control-Integrated Framework», *Report of the Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission*, september, 1992.
- CALVO SÁNCHEZ, J.A.; CARABALLO ESTEBAN, T.A.; ESPINOSA PIKE, M. y GARCÍA DELGADO, S. (2002): «Globalization and the new economy: changing the “accounting map”», *25th Annual Congress European Accounting Association*, Copenhagen.
- CAÑIBANO CALVO, L. y GONZALO ANGULO, J.A. (1995): «Los programas de investigación en Contabilidad», *I Jornadas de Trabajo sobre Teoría de la Contabilidad*, Cádiz, ASEPUC.
- Committee on Corporate Governance (1998): *Report of the Committee on Corporate Governance, (Hampel Report)*. London.

- Committee on the Financial Aspects of Corporate Governance (1992): *Report of the Committee of the Financial Aspects of Corporate Governance: A Code of Best Practice, (Cadbury Report)*.
- Comisión Aldama (2003): *Informe para el fomento de la transparencia y seguridad en los mercados y en las sociedades cotizadas*.
- Comisión Especial para el estudio de un Código Ético de los Consejos de Administración de las Sociedades (1998): *Gobierno de las Sociedades Cotizadas (Informe Olivencia)*, CNMV, Madrid.
- Conseil National du Patronat Français & Association Française des Entreprises Privées (1995): *Le Conseil d'Administration des Sociétés Cotees, (Rapport Vienot)*, Paris.
- Espinosa Pike, M. (1998): *Dilemas Éticos en Contabilidad. Metodología de Resolución*. Unpublished Doctoral Dissertation, Universidad del País Vasco.
- EU (Winter; et al.) (2002), *Report of the High Level Group of Company Law Experts on a Modern Regulatory Framework for Company Law in Europe*.
- FEE (2002): *The Role of Accounting and Auditing in Europe. Position of FEE, European Federation of Accountants*.
- FISCHER, M. y ROSENZWEIG, K. (1995): «Attitudes of Students and Accounting Practitioners Concerning the Ethical Acceptability of Earnings Management», *Journal of Business Ethics* 14, 433-444.
- FRC (2003): *The Report Audit Committees Combined Code Guidelines*, January.
- JENSEN, M. y MECKLING, W. (1976): «Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure», *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.
- MARTÍNEZ CHURIAQUE, J.I. (2003): «La aceptación social de la creatividad contable del beneficio. El ejemplo de la realización de las plusvalías». *Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, Especial XII Congreso de AECA-Transparencia Empresarial y Sociedad del Conocimiento*, pp. 74-76. AECA.
- MERCHANT, K.A. y ROCKNESS, J. (1994): «The Ethics of Managing Earnings: An Empirical Investigation», *Journal of Accounting and Public Policy*, 13, 79-94.
- Ministerio de Economía (2002): *Ley de Medidas de Reforma del Sistema Financiero*, Noviembre.
- NASER, K.H.M. (1993): *Creative financial accounting: its nature and use*. Prentice Hall. London.
- National Commission on Fraudulent Financial Reporting (1987) *Report of the National Commission on Fraudulent Financial Reporting* (New York: AICPA.)
- Office of Superintendent of Financial Institutions (OSFI) (2003): *Corporate Governance Guideline. Effective Corporate Governance in Federally Regulated Financial Institutions*. January.
- RUIZ BARBADILLO, E. (1994): *Determinantes sociopolíticos en la fijación de normas contables. Aproximaciones al caso español*. Tesis doctoral, Cádiz.
- SCHEIN, E.H. (1968): «Organizational Socialization and the Profession of Management», *Sloan Management Review* (winter), 1-16.
- SEC (2003): *Strengthening Auditor Independence*. <http://www.sec.gov/news/press/2003-9.htm>
- SEC (2002): *Sarbanes-Oxley Act of 2002*. <http://www.sarbanes-oxley.com/index.php>
- SWEENEY, R.B. y SIERS, H.L. (1990): «Ethics in Corporate America», *Management Accounting*, June, 34-40.
- TUA PEREDA, J. y GONZALO ANGULO, J.A. (1987): «La Responsabilidad Social del Auditor», *Técnica Contable*, X (466), 435-452.