

EL INDICADOR

EDICIÓN Nº 16 Diciembre de 2019
ISSN 2500-7955

MARÍA CLARA BUILES ESTRADA,
UNA GERENTE
ENFOCADA EN EL
CRECIMIENTO Y LA
GENERACIÓN DE VALOR

HERNANDO BERMÚDEZ
LA ÉTICA EN LA
PROFESIÓN
CONTABLE EN
COLOMBIA

SIN PERSONAS
NO HAY
TRANSFORMACIÓN
DIGITAL

ELIANA GARZÓN RAYO
LA INNOVACIÓN Y LOS
RETOS DEL SECTOR
ELÉCTRICO EN
COLOMBIA

VII CUMBRE
INCP

UNA PUBLICACIÓN DE



BKF

Independent Member of
BKR
INTERNATIONAL

¡Comprometidos con el crecimiento empresarial!



BKF

Independent Member of
B K R
INTERNATIONAL

¡Comprometidos con el crecimiento empresarial!

BKF es miembro de **BKR International**, una asociación de Firmas auditoras y consultoras de negocios, localizadas en más de 540 oficinas y 80 países alrededor del mundo (Europa, Asia, África, Latinoamérica, Estados Unidos, y Canadá).

Auditoría - Aseguramiento • Asesoría NIIF - NIC • Asesoría Tributaria y Legal
Terceización de Servicios - Outsourcing • Asesoría Gerencial

BKF.com.co



LIBERESE DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS, CONTABLES Y TRIBUTARIOS

La tercerización de servicios le permite incrementar la eficiencia de sus procesos, ahorrar recursos y mejorar la calidad de la información financiera.

Cuente con los servicios de BKF International en:

- Outsourcing de Contabilidad
- Outsourcing de Auditoría Interna
- Outsourcing de Nómina
- Outsourcing Contable a través de la web



BKF

Independent Member of
B K R
INTERNATIONAL

¡Comprometidos con el crecimiento empresarial!

Bogotá: +57(1)7450170

Cali: +57(2)4850431

Medellín: +57 (4) 6041209

Barranquilla: +57(5)3854950



Dra. Maria Clara Builes E.
Gerente General
Fondo de Garantías Confé



Dra. Eliana Garzón R.
Gerente
Enertotal

SUMARIO, LEGAL Y EDITORIAL

La transformación digital, el nuevo reto para las pymes

EL PERSONAJE

- 6 María Clara Builes Estrada, una gerente enfocada en el crecimiento y la generación de valor

EL PERSONAJE

- 8 Eliana Garzón Rayo, la innovación y los retos del sector eléctrico en Colombia

ZOOM

- 12 VII Cumbre INCP

ZOOM

- 15 Hernando Bermúdez Gómez
La ética en la profesión contable en Colombia

RENTABILIDAD EMPRESARIAL

- 18 Sin personas no hay transformación Digital

EL INDICADOR



EL INDICADOR

EDICIÓN N° 16
DICIEMBRE DE 2019
BOGOTÁ D.C. - COLOMBIA
ISSN 2500-7955

DIRECCIÓN EDITORIAL
DIRECCIÓN DE ARTE
Natalia López Reyes
n.lopez@bkf.com

DIRECCIÓN COMERCIAL
Diego Bonilla Sánchez
d.bonilla@bkf.com.co
Móvil: 3173720644

CONSEJO EDITORIAL
Humberto José Fernández Paz
Presidente de BKF INTERNATIONAL

Selma Mesa Carvajal
Socia de Aseguramiento - BKF Bogotá

FOTOGRAFÍA
Shutterstock
BKF International

UNA PUBLICACIÓN DE



¡Comprometidos con el crecimiento empresarial!

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL,

EL NUEVO RETO PARA LAS MIPYMES



Natalia López Reyes
Directora Editorial El Indicador
n.lopez@bkf.com.co

La transformación digital es un viaje definitivo que deben emprender hoy en día las empresas si quieren estar a la vanguardia, hacer frente a la competencia y permanecer en el tiempo. ¿Cómo desafiar este gran reto?

El desafío en la transformación digital, no se encuentra realmente en lo digital, sino en la capacidad que deben tener las empresas para reinventarse, innovar y adaptarse a los cambios que trae cada generación y con ello las nuevas tecnologías.

Estos cambios no deben ser tomados como una opción por parte de las mipymes, sino como una realidad. Es fundamental que las organizaciones trabajen en innovar, en reinventarse para acoplarse a las nuevas necesidades del mercado.

Según cifras del Observatorio de Economía Digital, se estima que en Colombia solo el 11,7% de las empresas cuentan con una estrategia digital, el 23,1%

están pensando en implementarla y el 15,3% están midiendo los impactos de esta tendencia en sus empresas.

Estas cifras son un tanto alarmantes teniendo en cuenta lo cambiante que es el mercado hoy en día.

Invitamos a las empresas colombianas para que vean en la transformación digital una herramienta de apoyo que les permita incrementar su ingresos y mejorar su productividad.



MARÍA CLARA BUILES, UNA GERENTE ENFONCADA EN EL CRECIMIENTO Y LA GENERACIÓN DE VALOR

Tuvimos la oportunidad de entrevistar a la Dra. María Clara Builes, Gerente General del Fondo de Garantías Confé, quien nos habló sobre el respaldo que brinda la entidad para el acceso al crédito a personas naturales y jurídicas, las proyecciones y compromiso de Confé en pro del desarrollo empresarial de I País.

EL INDICADOR > ¿Qué es el Fondo de Garantías Confé?

María Clara Builes >

El Fondo de Garantías Confé, es una institución de carácter mixta creada en mayo de 1997 por el Fondo Nacional de Garantías (FNG) y unos aliados en el Valle de Cauca con el propósito de poder servir de garantes a las empresas pymes que necesitaran acceder al crédito. En el Fondo tenemos una misión muy clara y es facilitar el acceso al crédito a las mipymes, y se entiende como mipymes, empresas de más o menos hasta unos \$25.000MM de pesos en activos, de ahí hacia abajo y a las personas naturales que requieran crédito para consumo. Esa es básicamente nuestra misión.

> ¿Cómo funcionan las garantías?

El Fondo de Garantías en su historia, se ha dedicado básicamente a trabajar con todos los intermediarios financieros, con la banca, con las cooperativas, con compañías de financiamiento comercial, con todas aquellas entidades que tengan la posibilidad de prestar crédito. La garantía siempre es ese subyacente que hace posible el crédito o para la pequeña o mediana empresa que no tenga suficientes garantías, o para las personas naturales que necesiten un crédito y también carezcan de una garantía importante para ofrecerle a ese intermediario financiero.

La garantía también puede utilizarse, a juicio del intermediario financiero o de quien vaya a prestar el crédito, es decir que estas garantías pueden ser preferidas frente a otras opciones como hipotecas o prendas, básicamente por la liquidez que tiene. Nosotros tenemos un compromiso de pagar muy rápido una vez ese crédito se haya siniestrado o que por alguna razón no haya podido ser pagado. Entonces, entendiendo que nuestra pretensión más importante es que cada quien (personas naturales o pequeñas y medianas empresas), logren obtener esos créditos y no que por el contrario, por falta de garantías, no lo consigan. La garantía es automática, es decir, no cada empresario que necesita la garantía debe venir al fondo de garantías o debe de dirigirse a los otros fondos en cada región, o al Fondo Nacional, lo que hemos hecho es un pacto con todas las entidades financieras para que la garantía funcione de una manera automática.

¿Qué quiere decir eso? Que al momento de solicitar el crédito la garantía se aprueba en ese mismo instante nos

registran por vía electrónica, y en ese momento ya queda registrada y se vuelve válida, es decir que opera como una especie de seguro de crédito. Sencillamente se notifica, nos informan y pues por supuesto que tiene un costo, una comisión para que de esa forma quede el registro ya de la garantía.

Si en el futuro la persona natural o la empresa no puede cumplir con la obligación del crédito nosotros debemos pagarle a la entidad financiera.

> ¿Qué sucede cuando un crédito se siniestra?

Una vez nosotros le hayamos pagado al banco no puede cesar el cobro de ese crédito, podrían pasar cosas como por ejemplo que sea esta una entidad que facilitara una cultura de no pago y en ningún momento se ha pretendido eso, ni esa es la intención. Cuando nosotros le pagamos a la entidad financiera la garantía, inmediatamente empieza un proceso de cobro por parte nuestra. Es bien importante dejar claro que el proceso de cobro no termina sino hasta el momento en que finalmente ese deudor cumple con esa obligación.

> ¿Para qué sirven las garantías que emite el Fondo Nacional de Garantías y Confé?

El Fondo sirve básicamente para el acceso, para que se pueda obtener ese crédito en primera instancia y de una manera relativamente fácil, pero en ningún caso quiere decir que por el hecho de tener alguna de nuestras garantías vaya a ser posible no atender la obligación que se ha contraído.

> ¿Cuál ha sido la evolución de Confé en cuanto a la movilización de crédito?

En estos 22 años, hemos movilizad o crédito por una cifra superior a \$10 billones de pesos en esta región, especialmente para la pequeñas y medianas empresas o para las personas naturales que tengan una actividad de crédito comercial; puede ser inclusive una persona que tenga una libre profesión como por ejemplo abogados, odontólogos, médicos que en algún momento necesiten el crédito. También califican las personas naturales que consideren que se quieren ir a hacer un paseo y quieren obtener los recursos para unas vacaciones y demás. Es decir que tratamos de cubrir todas las posibilidades

de crédito, lo único que queda excluido son las grandes empresas por nosotros considerar que normalmente tienen las garantías para poder atender sus obligaciones.

> ¿De quién es el Fondo de Garantías Confé?

El Fondo es de entidades públicas, del mismo Gobierno, Confé propiamente dicho es también de la Alcaldía de Cali, del Fondo Nacional de Garantías y de otra serie de accionistas, en su mayoría son instituciones como por ejemplo la Fundación Restrepo Barco, la Fundación Carvajal, las Cámaras de Comercio de la región, entre otros. Esta es una entidad en la cual los accionistas piden dividendos, por eso se maneja como una empresa siempre pensando en crecer generando valor, quiere decir que este negocio debe crecer con rentabilidad, con liquidez y generar un ambiente positivo para todos los actores que componen una empresa, especialmente para nuestros funcionarios que son parte importantísima y que todo lo logramos realmente es gracias a las personas que trabajan con nosotros.

> ¿Qué se espera para los próximos años?

Habíamos estado revisando la posibilidad de otros productos, pero hemos considerado que con la garantía para crédito de consumo hay mucho tema para hacer. Siempre seguiremos atendiendo todo lo que sean las empresas productivas con la garantía del FNG, pero en este momento queremos sobre todo profundizar en la garantía para crédito de consumo. No es para todo el mundo claro, que el Fondo de Garantías Confé ofrece esta facilidad para todos los intermediarios financieros. Consideramos que hay todavía una oportunidad grande de crecimiento con las instituciones que se dedican al crédito de consumo, en especial todo lo que son cooperativas, fondo de empleados y todas las instituciones que sean generadoras de crédito. Con nuestro producto de consumo cubrimos todo el territorio nacional, inclusive podríamos considerar en ir a otros países porque las características de este producto permite un crecimiento aún mayor tanto en Colombia, como fuera de Colombia.



ELIANA GARZÓN

LA INNOVACIÓN Y LOS RETOS DEL SECTOR ELÉCTRICO EN COLOMBIA

En esta ocasión La Dra. Eliana Garzón Rayo,
Gerente de la empresa Enertotal S.A. ESP, nos habló sobre la empresa,
su impacto en la región, y los retos del sector eléctrico en Colombia.

EL INDICADOR > ¿Cómo nace Enertotal y cuál ha sido su impacto en el Valle del Cauca y a nivel nacional?

Eliana Garzón >


Enertotal es una empresa de servicios públicos dedicada a la comercialización de energía. En el año 1994 la ley de servicios públicos da la posibilidad de participación en empresa privada en algo que hasta el momento se había reservado exclusivamente para el estado. El estado se reserva el definir las reglas y efectuar el control y el seguimiento de las empresas, y da la posibilidad de que sigan existiendo las empresas que tienen participación estatal, pero también se abre a la posibilidad de capital privado.

Enertotal es una empresa del Valle del Cauca, con un 100% de capital privado correspondiente a personas naturales, dedicadas en principio a la ingeniería.

Somos la tercera comercializadora independiente a nivel nacional que ha incursionado en el mercado regulado. En otro momento hemos sido la primera y la segunda, y hoy estamos en la tercera posición, no solamente como el mercado del Valle o del país, sino como las alternativas distintas que se le presentan a los clientes respecto de servicios que hasta el momento son de tipo esencial, (de esos que uno sabe que se los va a brindar el que toda la vida los ha brindado). Entonces cuando los clientes se enfrentan a una alternativa distinta, empiezan a percibir otro tipo de cosas, eso ha hecho que de alguna forma no sólo impactemos a los clientes que atendemos, sino a los clientes que son atendidos por otros, porque que al introducirse competencia en algo que hasta el momento era exclusivamente de ciertos agentes, entonces esos agentes han ido mejorando el portafolio hacia sus propios clientes.

Hoy por hoy, si bien nosotros hemos crecido en portafolio de servicios en formas distintas de atender al cliente, presentar de una forma distinta la promesa de servicio, no solamente facturar la energía sino acompañar al cliente de muchas cosas. La verdad es que los agentes tradicionales también han empezado a incorporar eso. Entonces la competencia ha sido buena para todos, para los que han permitido que nosotros como empresas nuevas también los atendamos y han entendido que el esquema nos lo permite y es legal, y para

las empresas tradicionales y a sus clientes atendidos por las empresas tradicionales, pues han cambiado un poco el esquema y el sistema del estilo de atención al usuario final.

 > ¿A lo largo de todos estos años cómo se ha reinventado la empresa Enertotal?

Nos han pasado varias cosas, Enertotal nació con una demanda que en primera instancia se la compramos a otra comercializadora, eso hace que nazca con un grupo de clientes establecidos en el 2005; en el 2009 – 2010 teníamos un esquema administrativo donde teníamos una matriz que era la que nos respaldaba en todo el Back Office, pero finalmente en ese periodo 2009-2010 ya no hacemos parte de la matriz, nos separamos y empezamos a ser empresa independiente.

Eso ha hecho que tengamos que hacer cambios bastante grandes, desde la sola marca por ejemplo, a mostrar las cosas de forma diferente, nosotros en varias ocasiones hemos llamado a eso “Cambiarle el escenario al cliente”, porque hay una cosa que tengo que manifestar y es que no somos los más baratos del mercado, pero la idea es que los clientes perciban que no sólo se trata de diferencia tarifaria, se trata de otro montón de cosas. Se trata de agregar valor, se trata de generar valor, se trata de que te sientas acompañado haciendo uso sostenible del suministro de energía, y además hemos escogido un nicho de clientes que normalmente están desatendidos.

Por ejemplo, los grandes consumidores del país son normalmente atendidos por los generadores o los grandes comercializadores del país, y los estratos 1, 2, 3 y 4 son el mayor volumen de los clientes entonces son muy protegidos por los comercializadores tradicionales. ¿En la mitad quién está?, pues las pymes, las mini pymes, la pequeña empresa, la empresa que está creciendo o unas que pueden ser muy grandes, pero que en consumo de energía pueden ser relativamente pequeñas.

Entonces esas empresas hasta el momento, nos hemos dado a la tarea de prestarles precisamente un portafolio distinto, acompañándolos, volviéndonos al partner del servicio, y otro montón de cosas a través del portafolio de servicios,


entonces lo que hemos hecho todo el tiempo es: primero la creación de ese portafolio, segundo, hemos certificado ese portafolio a través de ISO 9001, inicialmente en el 2003 y ahora estamos en 2015, lo hemos ampliado a todos los pilares de servicios que podemos tener y eso nos ha permitido una posición interesante frente a los clientes.

También hemos podido ampliar el portafolio de servicios no solamente a clientes, sino también a otros agentes en algunos servicios que nosotros hemos logrado implementar con ciertos niveles de calidad, que obviamente bajo ciertos criterios de confidencialidad y otras cosas, se pueden prestar a otros similares a nosotros, entonces eso es lo que hace la diferencia, no estamos exclusivamente en diferencia tarifaria sino que creando valor con el cliente.

> ¿Cuéntenos sobre un diferenciador de Enertotal?

Yo puedo pedirle a alguien que me preste su factura de energía ya que ahí puede haber mucha información, te dice en qué nivel de tensión está, qué tarifas le aplican y otro montón de cosas, pero también me puede mostrar que le están cobrando contribución y que a lo mejor él tiene un RUT asociado que le permite ser el centro de contribución, eso es una cosa. La otra, me puede mostrar que a lo mejor le están cobrando energía reactiva, y entonces para eso hay unas soluciones técnicas que se pueden tener. La otra, podría ser que a lo mejor no es de variables, entonces se podría llegar a pensar en que es un perfecto candidato para tener autogeneración solar, por ejemplo.

Entonces depende de todo eso, hay que hacer una lectura realmente al cliente, pero una lectura propositiva, una lectura diferente, desde mirarle hasta la subestación cómo está, hasta, a lo mejor en muchos casos encontramos que todo está perfecto, entonces felicitaciones, o si los bombillos son incandescentes y no son led para tener menor consumo, o que puede tener unas zonas de baja de iluminación donde debería tener más iluminación, entonces hay que hacerle diseño de iluminación, o sea, todo ese tipo de cosas, pero eso es como la mirada experta desde el comercial que lleva ese énfasis, hasta el técnico que lo acompaña o el técnico que le da soporte.


 > ¿Cuál es la estrategia de Enertotal para llegar a nuevos usuarios?

Si bien atendemos hoy a más o menos alrededor de unos 20 mil clientes, no hemos podido tener medios masivos para poder llegar a más clientes porque hay algunos límites regulatorios y algunas cosas que hay que cumplir para poder conectar un cliente. Entonces normalmente se usa el voz a voz del recomendado del cliente que hoy está atendido por nosotros, a veces buscamos también incrementar la venta al mismo cliente, porque el cliente está creciendo, está poniendo nuevos puntos, entonces eso se puede hacer.

Llegamos a ciertos grupos empresariales, por ejemplo, la asociación de panaderos (no sé si existe realmente) y entonces lo que hacemos es acercarnos con un producto específico que a ellos les funciona al respecto de refrigeración o respecto de iluminación, y entonces llegamos a ciertos grupos y nos especializamos en agregar valor, y finalmente la tarifa es algo que ni el comercializador, ni el usuario controla plenamente, porque depende de muchas variables y depende de muchas cosas que no son de nuestro resorte.

Yo puedo comprar energía a través de contratos, o si no tengo voy a bolsa, y la bolsa puede ser hoy muy bajita y mañana terriblemente alta, entonces esas cosas no las controla porque yo no participo de la formación de ese precio como demanda, ni como comercializador. El resto de componentes son componentes regulados, que dependiendo de los tipos de activos, de la calidad de sus activos y todo lo demás, pueden tener unos valores distintos en cada zona del país, pero finalmente en lo que yo puedo tener diferencia es más o menos el 35% o 40% de la tarifa, el resto son valores que dependen de otros.


Entonces cuando yo no puedo controlar todo, tengo que buscar qué parte necesito controlar, y ¿cuál es la que yo puedo controlar? el consumo. Entonces en eso es que trabajamos nosotros con el cliente, más allá de tarifa es mirar cómo se hace sostenible un ahorro en consumo, independientemente de qué tarifa tengas, tú lo que haces es uso eficiente de un insumo como la energía.

 > ¿Qué ha sido lo más gratificante de trabajar en Enertotal?

La verdad las empresas son las personas, para mí eso está clarísimo, y nosotros llevamos mucho tiempo y tenemos gente de muchos años, en Enertotal tenemos gente con un nivel académico muy alto, en su gran mayoría ingenieros, habrá dos otras personas que han terminado solamente el bachillerato, pero el resto son técnicos, tecnólogos, ingenieros, y cualquier cantidad de especialistas de forma académica, y detrás de ellos pues hay familias y hay un montón de cosas. Entonces cuando uno mira el impacto que puede tener una compañía y el trabajo que se hace a diario, eso realmente es una de las cosas más gratificantes.

Participar en el sector es gratificante, el reconocimiento a Enertotal y a todas las personas que hace parte de Enertotal también es gratificante. Ayer precisamente estuve en foro de la República y una de las cosas que decía el presidente de Postobón es que empresarios hay muchos, pero no sólo son empresarios los grandes empresarios, sino los chiquitos, los grandecitos, los que todos los días se levantan como con las ganas de hacer una cosa distinta, eso es diferente; y el presidente de la ANDI decía además que “el cuento de los millennials hoy no es tan millennials”, porque hace 80 años había millennials, eran los ‘peladitos’ que normalmente la abuela le decía que el muchacho es ‘echado para adelante’, por ejemplo, pero son básicamente aquellos que hacen la diferencia, que se mueven de una forma distinta, que se atreven a hacer las cosas diferentes.

Ayer le dieron el premio Empresario del año al que fundó Rappi, que no tiene más de 35 años, es muy joven y tiene una empresa y una marca que cuesta un montón de plata, pero eso es lo que hace la diferencia, la gente, la que se mete en el cuento, la que hace la diferencia, y no tengo que llamarme ni millennial ni centennial, ni nada esas cosas, sino que simple y llanamente terminan siendo los que quieren echar para adelante, como decía la abuela.

 > ¿Cuáles son los retos del sector eléctrico en Colombia?

Hay varias cosas, nosotros tenemos una matriz energética altamente hidráulica y eso la hace altamente sensible al cambio climático, por esa razón existen muchas formas en el sector para controlar “esa debilidad”. Cosas como el cargo por

confiabilidad, subastas de expansión y otro montón de cosas que desde el punto de vista regulatorio existen, están y son buenas opciones. Habrá que hacer ajustes, se están haciendo muchos ajustes, el sector nuestro es muy organizado, muy regulado, muy protegido, muy garantizado, requiere un apalancamiento financiero altísimo.

Hoy escuchaba al director del Centro Nacional de Despacho y nosotros tenemos 17 mil megas instalados y nuestra demanda máxima son 10, entonces uno podría decir que tengo el 70% de holgura, o el 70% para crecer, pero es que uno no crece hasta el borde. Pero, básicamente es que nuestra matriz hoy por hoy nos permite “crecer sin premuras”, y le permite al país buscar fuentes no convencionales, incorporar cosas de manera organizada y no como otros países que les ha tocado a la fuerza porque no tenían otra alternativa.

Pero tampoco nos podemos quedar en que no los metemos a la canasta y los tradicionales no permiten que entren fácilmente porque estamos bien. ¡No!, porque eso se agota, todo termina y todo tiene que cambiar, entonces estamos en unos periodos como de cambio, de cosas interesantes e incorporación desde el 2015 de fuentes no convencionales. El año pasado hubo unos cambios regulatorios súper interesantes para permitir autogeneración, distribución, generación distribuida, y otras cosas que mueven el sector de una forma muy dinámica, permitir que el cliente no sólo pague la factura sino que participe también, eso es muy interesante, y para eso se necesita gestión, para eso se necesita seguimiento de lo que yo hago, lo que consumo, cómo lo hago, para poder saber cómo puedo participar de manera activa.

Así que para mí particularmente el sector es uno de los que más se mueve, es uno de los que tiene muchísimo futuro y cosas por incorporar, y están todas las revoluciones, la revolución industrial 4 y todo lo demás, entonces todo eso hace parte de lo que está metiéndose en el sector. El sector es un sector con mucha tecnología, con mucho conocimiento y personas muy valiosas en todos los cargos y en toda la cadena, y eso hace que sea un sector muy interesante en el país.

Lea la entrevista completa en
www.bkf.com.co



Dr. Humberto Fernández, Presidente BKF International
Vicepresidente del Instituto Nacional de Contadores Públicos
INCP

Sobre la VII cumbre del Instituto Nacional de Contadores Públicos

Durante los días 29 y 30 de agosto participamos en la séptima Cumbre del Instituto Nacional de Contadores Públicos – INCP; un evento que reúne año tras año a altos ejecutivos, miembros del gobierno, expositores nacionales e internacionales líderes de discusión, Jefes de área financiera, comunidad académica, empresarios, gerentes, contadores y profesionales de ramas afines, para tratar temas conjunturales de la profesión contable.

Este es un evento que se viene realizando hace 7 años con el objetivo de reunir al gremio de contadores públicos del país para generar un espacio de relacionamiento, actualización y conocimiento.





Nuestra Socia de Aseguramiento, la Dra. Selma Mesa, participó en el panel “Competencias para las pequeñas y medianas firmas contables y profesionales independientes”, junto al Dr. George Willie, miembro del comité de las pequeñas y medianas firmas contables de la IFAC, el Dr. Cristóbal Uribe, Socio de Amézquita & Cia y el Dr. Jorge Castiblanco, Presidente de Crowe Colombia como moderador.





HERNANDO BERMÚDEZ,
LA ÉTICA EN LA
PROFESIÓN CONTABLE EN
COLOMBIA

Durante la VII CUMBRE DEL INCP en Cartagena, entrevistamos al Dr. Hernando Bermúdez - Coordinador del Centro de Estudios en Derecho Contable de la Universidad Javeriana de Bogotá. En esta oportunidad, nos habló sobre la ética, sus regulaciones y sanciones frente a la profesión contable en Colombia.


EL INDICADOR > ¿Cuáles son las regulaciones que se tienen hoy en día en Colombia frente a la ética en la profesión contable?

Hernando Bermúdez >

Colombia en este momento, en materia de ética para los contadores, cuenta con básicamente con dos niveles: un nivel legal y un nivel reglamentario. El nivel legal, está concentrado en la Ley 43 de 1990 que es la norma que rige la profesión contable en Colombia y el nivel reglamentario es el Código de Ética Profesional emitido por IASB.

El problema que tenemos, es que estamos en la versión 2014. Los reglamentos, son formas de desarrollar las leyes, lo que muchas personas no han entendido es cómo el Código de Ética Internacional si está desarrollado en la Ley 43. Hay personas que piensan que este código se encuentra en conflicto con esta ley, que no se trata de un reglamento adecuado, pero eso es una conclusión errada; si uno se toma el trabajo de ir mirando lo que dice la ley y buscando en el reglamento, va a encontrar que, aunque no se encuentra en el mismo orden, si están hablando de los mismos temas, con los mismos criterios.

Sencillamente nosotros hoy tenemos un sistema de “dos paticas”: legal y reglamentario, en donde nos hemos acercado mucho más a los conceptos internacionales y estamos aprovechando la metodología que a nivel internacional se ha diseñado, para ayudar a los contadores a respetar sus principios, lo cual no existía en la Ley Colombiana.

 > ¿Se tiene alguna fecha estipulada para que los contadores colombianos conozcan y cumplan con el código de ética?

Las cosas están previstas de una manera pero la realidad termina siendo otra. Cuando se hizo la Ley 1314 de 2009, se estableció que en principio habría un año de diferencia entre la fecha de expedición y la fecha de entrada en vigencia, eso técnicamente se llama periodo de vacancia. Se estableció que habría, por regla general, un periodo de vacancia de un año y se dijo que el Gobierno podría alargar o disminuir este periodo.


Normalmente, se espera que cuando la Norma entra en vigencia, es expedida y promulgada, las personas empiecen a

prepararse para ponerla en vigencia al año entrante, pero la realidad es otra. Las normas se expiden y las personas no se preparan, cuando ya se vuelven exigibles empiezan a leer las disposiciones, y es ahí, cuando se encuentran atrasados y en el caso de la ética, hay algunas firmas de contadores que han sido objeto de inspecciones por parte de la Junta Central de Contadores que llega a pedir cosas que tiene que ver con esto y aquello, y como las firmas están atrasadas pues no han podido mostrar la documentación, ganándose entonces una crucecita en el “Check list”. Las firmas se molestan con este tipo de acciones, pero por qué pasa esto? Porque no empezaron a actuar a tiempo.

Una firma juiciosa, empieza a preocuparse del asunto desde que el Consejo técnico manifiesta la intención de estudiar una disposición.

Vamos a poner el ejemplo de lo que viene, en un tiempo equis va a haber una traducción oficial al español del Código de Ética versión 2018. El Consejo técnico va a decir: “Señores aquí tenemos cuatro meses para que digan y miren qué piensan”. Una firma juiciosa, en ese momento se sienta a leer del tema para decir si están de acuerdo o no y desde ese momento empieza a analizar “eso qué implica para mí, que va a ser más fácil o qué va a ser más difícil”, entonces cuando el decreto finalmente sale, usted ya se sabe todo eso, ya está listo y tiene un año para ponerlo en marcha, pero si yo vivo en otra dimensión y no me doy cuenta que me están proponiendo la incorporación de una norma, no participo en la discusión, no hago que mi gente la estudie, no me pregunto qué va a pasar, no me doy cuenta cuando la divulgan, o digo “eso todavía no está vigente, cuando llega la hora de la verdad, estoy atrasado. Esto nos está pasando no sólo con ética, sino también con las normas de aseguramiento.

Ahora nos encontramos en un sistema estable, porque ya hace un tiempo se expidió el decreto reglamentario y por ahora no hay cambios, pero si no cambiamos la dinámica del modelo, nos va a seguir generando problemas.

 > ¿Existen sanciones económicas que impongan a firmas o a contadores que no cumplan a tiempo con las implementaciones?

Se supone que la única autoridad que puede imponer sanciones por desconocimiento de la ética, es la Junta Central de Contadores, y ellos solo están imponiendo sanciones cuando alguien produce una denuncia y realiza una acusación de haber hecho cosas malas. Se inicia un proceso, y si al final de este se considera que el acusado es culpable, se genera un castigo.

La Junta Central, en 9.5 veces sobre 10, la sanción que pone en Colombia es una suspensión por 2,3, 6 meses o hasta un año, en menos del 1% impone multas. Las repercusiones aquí rara vez son económicas en el sentido de ir a pagarle al estado. Sin embargo, una suspensión tiene consecuencias económicas, por ejemplo una firma que no pueda facturar en 3 meses, qué hace con sus empleados, esto económicamente tiene unas consecuencias gigantes.

El número de investigados es muy pequeño, si cogemos toda la profesión, 236.000 contadores activos y casi 3.700 firmas nos damos cuenta que la Junta no investiga a casi nadie. No es representativo para la profesión las sanciones, es más el susto que tienen las personas. Ahora, como hay tantas inspecciones de la Junta que nunca se habían hecho, la gente está un poco temerosa con las visitas de inspección, pero hasta el momento no ha pasado nada.

Sí hay varias investigaciones derivadas de las inspecciones, es decir, en eso poco que la Junta hace, es probable que en un año esos procesos terminen con castigos, ya veremos qué castigos van a poner y cómo van a solucionar el tema de las suspensiones. Yo creo que van a tener que cambiarlo, van a tener que aplicar amonestaciones o multas y no tantas suspensiones porque la profesión no estaría muy de acuerdo con que una cosa que está empezando genere unas consecuencias tan fuertes.

“ SE ESPERA QUE CUANDO LA NORMA ENTRA EN VIGENCIA, ES EXPEDIDA Y PROMULGADA, LAS PERSONAS EMPIECEN A PREPARARSE PARA PONERLA EN VIGENCIA AL AÑO ENTRANTE, PERO LA REALIDAD ES OTRA.

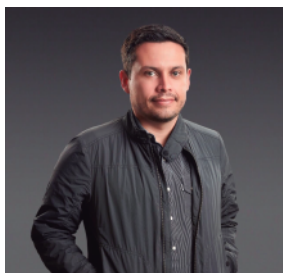


REVISORÍA FISCAL

Cuando de Revisoría Fiscal se trate, asegúrese de contar con una firma con experiencia y profesionalismo

Realizamos un examen a sus Estados Financieros con el fin de emitir una opinión sobre los mismos, de acuerdo con Normas Internacionales de Información Financiera NIIF y Normas Internacionales de Aseguramiento y Normas Tributarias Vigentes, así mismo cumplir con las funciones indicadas en el artículo 207 del Código de Comercio, los estatutos y demás disposiciones establecidas por los organismos de control.

Conozca más sobre nuestro servicio de REVISORÍA FISCAL en www.bkfst.com.co



ARIEL JIMENEZ

Consultor en Gestión del cambio,
comunicación y cultura organizacional

SIN PERSONAS NO HAY TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Las soluciones que propone la digitalización, y en general, la cuarta revolución industrial, más que resolver problemas puntuales, responde a una nueva forma de pensar de la humanidad, a un nuevo paradigma. No se trata de máquinas o software, se trata de personas.

De acuerdo con MinTic, el 75% de las mipyme tienen conexión a internet, pero sólo un 25% están implementando una estrategia de transformación digital. El mismo ministerio estima que el 99% de las empresas colombianas se consideran mipymes. Esta entidad, en su programa de acompañamiento a micros, pequeñas y medianas empresas, incluyó en uno de sus cinco ejes el desarrollo de la mentalidad y cultura como parte esencial de la digitalización.

El cambio de paradigma

Rafael Alberto Pérez, durante una Cumbre de Comunicación en la que participé en Medellín, afirmaba que estamos pasando “de la ciencia del conflicto a la ciencia de la articulación”. Y esto tiene que ver con el cambio de paradigma: es más relevante estimular relaciones sanas, que generar conflicto. Necesitamos más empleados que colaboren y cooperen y menos que compitan entre ellos.

Y es que las diferencias entre paradigmas es muy evidente. Hace dos siglos eran necesarias unas estructuras más verticales y jerárquicas, ahora necesitamos que sean planas, colaborativas e integradas; antes se requerían modelos de liderazgo autoritarios, ahora más participativos; antes la comunicación era conductistas (relación emisor - receptor), ahora es cocreada; antes teníamos capataces y jefes de personal; ahora gerentes de talento humano y jefes de felicidad.

Esto no es un capricho tecnológico, es la respuesta del desarrollo digital a estos nuevos modelos sociales. Es un gran reto de adaptación de las culturas empresariales.

Las personas en el centro de la transformación digital

En un artículo de la revista Capital de España, Virginia Cabrera, especialista en transformación digital de Telefónica Empresas, comentó que “la transformación digital no se refiere tanto a los cambios tecnológicos como al cambio de relaciones y de valores que está trastocando casi todo”.

Ese cambio de valores no es otra cosa que la transformación cultural y organizacional necesaria para adaptar a la empresa, sea pequeña, mediana o grande, a los nuevos retos digitales y sociales.

Gestión del cambio: acompañando y facilitando la transformación

Si su compañía está en camino de la transformación digital o está ad portas de empezar, tenga en cuenta estas recomendaciones para facilitar la gestión del cambio en las personas:

El proceso: el cambio tiene cuatro etapas identificables. En el inicio es necesario ambientar el cambio, luego es preciso desarrollar entendimiento, después debe apropiarse y desarrollar habilidades (técnicas, humanas, sociales y culturales) para afrontar los nuevos desafíos y por último, el cambio debe ser sostenible.

Así mismo, hay unas dimensiones mínimas que se debe gestionar durante ese proceso:

Grupos de interés: hay que identificar y gestionar las personas y grupos impactados e involucrados en la transformación dentro y fuera de la organización: colaboradores, contratistas, proveedores, clientes, accionistas, comunidad y periodistas, entre otros.

Comunicación: al inicio la comunicación es protagonista ambientando el cambio e impregnando el sentido de urgencia, como lo recomienda John Kotter en Leading Change. Además debe acompañar todo el proceso de principio a fin (es transversal) y fortalecer el cambio cultural requerido.

La comunicación no es sólo medios e información, es la construcción en comunidad de nuevas realidades, conceptos, discursos, significados, credibilidad y confianza. Más vale una reunión efectiva, que mil boletines. Todos construimos la comunicación.

Formación: La base de la transformación está en adquirir nuevos conocimientos y habilidades. La capacitación y el desarrollo es un esfuerzo organizacional y no sólo

NECESITAMOS MÁS EMPLEADOS QUE COLABOREN Y COOPEREN Y MENOS QUE COMPITAN ENTRE ELLOS.

de un área o proyecto. Recuerde, la formación debe abarcar lo técnico y también las nuevas competencias sociales, digitales y culturales.

Por ejemplo, Adriana Noreña, vicepresidente de Google Hispanoamérica, confirmó al diario La República que la compañía de California busca, en Colombia, capacitar 25 mil personas para que puedan abordar al tren de la digitalización.

Liderazgo: Los líderes transforman personas y realidades y también se deben dejar transformar. El compromiso y la credibilidad de patrocinadores y líderes es importante en este proceso.

El nuevo paradigma también exige liderazgo, participación y contribuciones de todos los colaboradores en la generación de valor y en una toma de decisiones más rápida. La jerarquización en la cultura es una barrera del cambio, al igual que la intolerancia al error.

Seguimiento: Sin duda, un diagnóstico inicial sobre la empresa, sus retos de transformación, la cultura y los proyectos son una guía importante; pero hasta que no implementamos el plan, no sabemos si funciona. Un monitoreo y ajuste permanente de la estrategia es necesario para afinar la eficiencia del plan.

Esto significa tener que gestionar los principales elementos de la cultura de su empresa:

Los valores: intervenir qué es lo que valora la empresa. En ambientes digitales es clave la agilidad, la colaboración, la confianza y el trabajo en equipo.

Las creencias, los supuestos y los tabúes: ¿qué impulsa a los colaboradores a actuar o a detenerse? Es importante transformar los imaginarios de las personas.

Las rutinas, los rituales y los comportamientos: saber qué hacen las personas facilita modificar esas formas de hacer las cosas.

Una cultura que cambia

En un artículo publicado en Harvard Business Review, Behnam Tabrizi, profesor de la Universidad de Stanford, afirmó que "... si las personas carecen de la mentalidad correcta para cambiar y las prácticas organizacionales actuales tienen fallas, la transformación digital simplemente magnifica esas fallas".

Sabemos que si la cultura de la empresa, sea del tamaño que sea, no está preparada para ser y tener mentalidad digital, cualquier proyecto no solo va a fracasar, sino que además va a afectar considerablemente al negocio y su clima organizacional.

El lenguaje, las formas de comunicación y los símbolos: la forma de relacionarse y de generar significados puede ser una barrera o un facilitador de la transfor-

mación.

Las historias, héroes y mitos: los relatos y sus protagonistas son un escenario ideal para entender e intervenir los comportamientos colectivos y sus escalas de valores.

Los artefactos: las herramientas y mecanismos para trabajar, relacionarse y entretenerse cambian con la cultura digital. Es necesario facilitar ese cambio.

La toma de decisiones y la estructura: una cultura digital requiere una toma de decisiones ágil, tolerante al error y con apertura a la innovación.

Estos elementos deben tener una gestión sostenible y flexible donde una cultura de transformación se desarrolle en la empresa. "La sostenibilidad de las empresas se relaciona con la capacidad que tienen de transformarse", afirmó Yitcy Becerra, directora de Acopi Valle del Cauca, a El País de Cali.

Y recuerde, la adaptación y la transformación es un esfuerzo permanente. El New York Times, el diario más importante del mundo, inició su transformación digital en 1994 con el lanzamiento de @times en el servicio de Internet America OnLine y ahora, en 2019, aún sigue su transformación.



BKF

Independent Member of
BKR
INTERNATIONAL

¡Comprometidos con el crecimiento empresarial!

Conoce nuestra nueva plataforma de E-learning

www.bkf.com.co



BKF

Independent Member of

BKR
INTERNATIONAL

¡Comprometidos con el crecimiento empresarial!

RED DE OFICINAS



BARRANQUILLA

+57 (5) 385 4950

Centro Comercial Plaza 74, local 2
Calle 74 # 46 - 78



MEDELLÍN

+57 (4) 604 1209

Torre Protección, piso 6
Carrera 43 A # 1 - 50



BOGOTÁ

+57 (1) 7450170

Eificio Parque 20-21, oficina 302
Calle 86 # 19 A - 21



CALI

+57 (2) 485 0431

Eificio Torre de Cali, oficina 2601
Calle 19 norte # 2N - 29

www.bkf.com.co

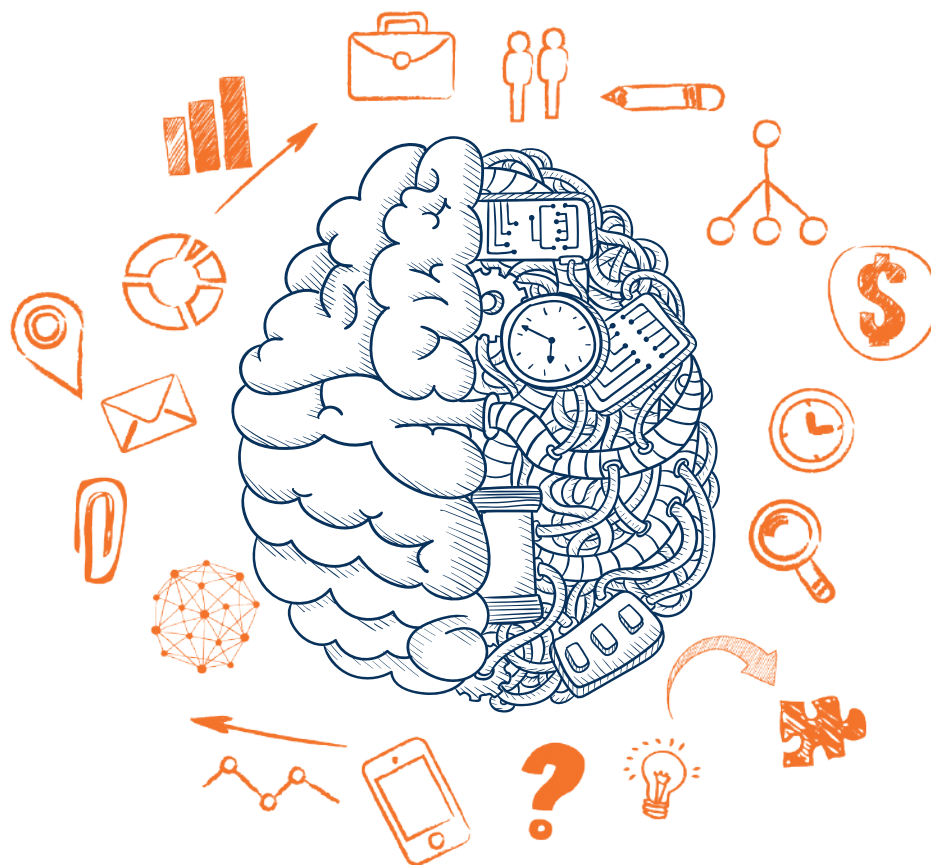


BKF

Independent Member of
B K R
INTERNATIONAL

¡Comprometidos con el crecimiento empresarial!

ESTAMOS CONSTRUYENDO UNA
#menteBKF



Estamos en las redes sociales para compartir nuestro
conocimiento y experiencia con toda la comunidad

Únete, participa, inspírate, comparte y alimenta tu #menteBKF



BKF Colombia



@BKFcolombia



BKF Colombia



BKF Colombia

BKF.com.co