

ENTREVISTA A AJAY ADHIKARI

Biografía: Ajay Adhikari es profesor de contabilidad en la Escuela de Negocios Kogod de la American University en Washington D.C., con experiencia previa como Decano Asociado de Investigación y Profesorado. Sus intereses de investigación y enseñanza se centran en la contabilidad internacional y sostenibilidad. Ha ocupado roles destacados en la American Accounting Association y actualmente es vicepresidente de la Sección de Contabilidad Internacional. Adhikari ha recibido premios por su servicio sobresaliente. Además, ha tenido roles académicos y de investigación en diversas instituciones internacionales y obtuvo su Ph.D. y MBA de la Virginia Commonwealth University.

Valeria Mansilla

20180108 | valeria.mansillaz@pucp.edu

Harvin Cajo

20196083 | harvin.cajo@pucp.edu.pe

Cielo Moncada

20201562 | cielo.moncadat@pucp.edu.pe

¿Es la aprobación de informes de sostenibilidad una medida viable? ¿Cree que existe un sector concreto de empresas que debería mostrar un mayor compromiso con la sociedad?

Es una pregunta interesante. Actualmente, creo que la situación está evolucionando. La mejor manera de pensarlo es que las empresas publican información sobre informes de sostenibilidad porque existe una demanda. La demanda proviene de partes interesadas muy diferentes: inversores, empresas financieras y consumidores de la sociedad. Todos piden esta información, pero el problema ahora es la credibilidad del sistema.

Entonces, como estudiantes de contabilidad, ¿qué es la contabilidad? ¿Qué

estamos haciendo en contabilidad? La respuesta es que estamos publicando el desempeño financiero de una empresa. Estamos tratando de capturar y medir el desempeño financiero de una empresa. Esos estados financieros se publican y, luego, mucha gente los mira y toma decisiones con respecto a la empresa.

Entonces, digamos que cada uno de nosotros tiene mil soles y queremos invertir, ¿deberíamos comprar las acciones de una determinada empresa en bienes raíces? Entonces, ¿cómo hacemos eso? Observamos los estados financieros para ver qué tan bien se está desempeñando la empresa y qué creemos que hará, según ese informe. ¿Cómo podemos hacer eso? Debido a que existe cierta credibilidad

en torno al sistema contable, podemos comparar el desempeño financiero de diferentes empresas porque todas utilizan los mismos estándares; por ejemplo, las empresas que cotizan en Perú utilizan las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Luego, tienen control interno, auditoría interna y auditoría externa; entonces, todo eso proporciona credibilidad. Si una empresa comete fraude, existen organismos encargados de hacer cumplir la ley que castiga a la empresa.

En sostenibilidad no hay eso, por lo que las empresas que publican información sobre sostenibilidad no tienen credibilidad. Debes haber oído hablar del lavado verde: muchas empresas publican información como si fuera promoción. Podemos tomar prestada parte de la disciplina contable en esta área particular, como el control interno y la auditoría externa. ¿Cuáles son las métricas que estamos usando? Para que esto sea creíble, recién estamos comenzando el viaje. Es un área en evolución, pero nosotros, como contadores, podemos ayudar, porque tenemos experiencia en términos de informes financieros.

¿Cuáles son los desafíos más comunes que enfrentan las empresas al incorporar prácticas sostenibles en sus informes financieros?

Existen demasiados desafíos. En primer lugar, está el desafío de la medición; medir la sostenibilidad no es una tarea fácil. Entonces, en la información financiera, ¿cómo medimos? Todo se mide en dólares o soles, o en la moneda del país. Entonces, tienes una unidad monetaria con la que capturamos todo tipo de impactos financieros; eso es lo que informamos en los estados financie-

ros. Pensemos en sostenibilidad, ¿cómo se mide la emisión de huella de carbono de una empresa? ¿Cómo se miden los indicadores sociales? En Perú, por ejemplo, ¿cómo está trabajando la empresa en una comunidad? ¿Cómo capturar eso? Por eso, se necesitan muchas métricas, y es mucho más complejo que el sistema de informes financieros. La Unión Europea acaba de publicar normas e identifica un centenar de medidas sobre las que las empresas deberán informar. Es necesario contar con científicos ambientales y activistas sociales, y que todos ellos participen para entender cuáles son estas medidas y cómo las medimos.

En un contexto cada vez más digitalizado, ¿cómo afecta la tecnología la forma en que las empresas recopilan y presentan información relacionada con la sostenibilidad?

Pienso que la revolución digital está transformando la información financiera y la auditoría, lo cual deja de lado la sostenibilidad. Además, puede contribuir a abordar desafíos en este ámbito. Por ejemplo, consideremos la tecnología de cadena de bloques. Uno de los desafíos clave en términos de medir las emisiones de carbono es determinar cuántos gases emite una empresa al medio ambiente. Estas emisiones se dividen en tres categorías: Alcance 1 (emisiones directas); Alcance 2 (calor y electricidad); y Alcance 3, las más complejas, que comprenden las emisiones en la cadena de valor de la empresa. En el Alcance 3, se incluye el ciclo de vida completo de un producto, desde su fabricación hasta su venta, lo que dificulta el seguimiento de estas emisiones. ¿Cómo se puede monitorear lo que hacen los proveedores y consumidores con el producto? La techno-

logía de cadena de bloques puede ser utilizada para registrar esta información.

Otro ejemplo es la contaminación de las industrias agrícola y minera en el Perú. Estas empresas pueden utilizar la tecnología de drones para ver cuántos árboles hay en la selva tropical y si ha disminuido. Pueden utilizar la herramienta para tomar fotografías, compararlas y medirlas. Entonces, este tipo de tecnología es muy importante para la sostenibilidad.

¿Cuál es el papel de las regulaciones y estándares internacionales en la contabilidad de la sostenibilidad? En su opinión, ¿cómo cree que evolucionará su normativa en el futuro?

Esta es una gran pregunta. Con respecto a la información, tenemos la divulgación voluntaria, la que no es requerida por las normas, pero las empresas están proporcionando información por su cuenta. La otra es la divulgación obligatoria, la cual es exigida por las normas. En el reporte financiero, la mayoría es obligatoria porque las normas te obligan a hacerlo. En cuanto a la sostenibilidad, es al revés. La mayor parte actualmente es voluntaria. Por lo tanto, las empresas están compartiendo información sobre sus iniciativas e impactos. Ahora, lo que está sucediendo es que lo voluntario se está convirtiendo en obligatorio. Esto está ocurriendo porque el International Sustainability Board publicó dos regulaciones: IFRS S1 y S2. Países como el Reino Unido, Australia y Brasil han decidido adoptarlas.

Aprendemos en Contabilidad sobre la comparabilidad y consistencia. Si quiero ver el desempeño en sostenibilidad de esta empresa y compararlo con otro desempeño, es mejor que estén utilizando las mismas

reglas para medir las cosas de manera similar para poder comparar; de lo contrario, es como comparar manzanas y naranjas.

Respecto a la segunda pregunta, se podría decir que Europa está tres pasos adelante del resto del mundo. La forma de pensar sobre esto es que las regulaciones europeas son muy expansivas, muy amplias en comparación con las regulaciones internacionales. ¿Por qué es eso? Porque la lógica subyacente, el deber y el marco que los europeos están aplicando son bastante diferentes de lo que aplica el International Sustainability Board. Se reduce a la noción de una teoría contable: la materialidad. En el resto del mundo, usamos una noción de materialidad financiera que es la siguiente: tienes que revelar información sostenible si va a impactar en la materialidad financiera. El inversionista está mirando la empresa y el impacto ambiental de la empresa que puede afectar el rendimiento financiero de la empresa o las perspectivas financieras del valor del precio, por lo que tenemos que capturarlo. Entonces, el medio ambiente ha comenzado a impactar; por ejemplo, en California hay muchos incendios, por lo que muchas compañías de seguros no están asegurando en ese estado. Los europeos tienen un punto de vista diferente: señalan que “la materialidad financiera está bien”, pero también quieren ver cómo la empresa está impactando en el medio ambiente.

¿En qué medida está experimentando con enfoques innovadores, como el uso de inteligencia artificial o tecnologías como blockchain, para mejorar la integridad de los informes de sostenibilidad?

La sostenibilidad es muy compleja. Existen muchas métricas. Debemos utilizar mucha

tecnología para abordar este ámbito. Imaginemos una botella de agua: en la parte posterior, podemos ver que muestran los ingredientes y el etiquetado de alimentos. Cuando lleguemos al punto, también tendrá una etiqueta de sostenibilidad escrita en ella. ¿Cuántas emisiones de gases hubo como resultado de la fabricación de este plástico? ¿Cuál es el impacto de procesar esta agua?

En contabilidad de costos, tenemos los materiales directos e indirectos; luego, los llevamos a nuestro sistema y vemos los productos terminados, los cuales irán a otra empresa como productos intermedios, así que rastreamos el inventario, de la misma manera en que podemos rastrear los informes de sostenibilidad a lo largo del ciclo de vida del producto. La tecnología como un bloque es muy importante.

¿Cuáles son las medidas concretas que las empresas deben implementar para garantizar la autenticidad y transparencia en la presentación de sus informes de sostenibilidad, evitando así posibles acusaciones de *greenwashing* y asegurando la autenticidad de su compromiso genuino con la sostenibilidad?

Considero que tenemos que asegurarnos de que todos los datos que se están reportando sean verificables. ¿Qué tenemos? Control interno, auditoría interna y estándares. Todo eso es muy importante para proporcionar credibilidad en la información financiera.

En cuanto al lavado de imagen ecológica, conocido como *greenwashing*, en la actualidad, las empresas están practicando lo que se conoce como el “ocultamiento verde” o *greenhushing*, que consiste en no

publicar información sobre sostenibilidad porque las empresas temen ser acusadas de lavado de imagen ecológica. De esta manera, el último concepto ha cobrado mayor importancia, puesto que las empresas prefieren no colocar información antes de que se les acuse de *greenwashing*.