

El consejero del rey

Luz Estela Reyna García¹

Cómo citar este artículo: Reyna, L. (2022). El consejero del rey. *Sinapsis* 14 (1), 20 - 34.

Resumen

El lenguaje de los negocios representa el código de comunicación en las empresas, sin embargo, la pérdida de interés en la contabilidad y su imagen esta dañada. El objetivo de este artículo es investigar y analizar la percepción de los alumnos de la materia de contabilidad gerencial. El resultado indica que la comunicación activa y multidisciplinaria del lenguaje de los negocios queda frenada ante esta percepción, pues genera una barrera que va más allá de la importancia de los números y el proceso contable. La metodología utilizada fue cualitativa exploratoria, se realizó análisis de fuentes primarias y una encuesta a 280 alumnos de la facultad de negocios no contadores de una universidad al norte del estado de México. Esta investigación es relevante para los futuros profesionistas debido a la necesidad de comunicación efectiva del lenguaje de los Negocios que podría convertirlos en el “consejero del Rey”.

Palabras claves: Contabilidad; lenguaje de los negocios; percepción; estereotipos de la profesión contable; importancia de la contabilidad; contabilidad gerencial.

Abstract

The language of business represents the code of communication in companies, however, the loss of interest in accounting and its image is damaged. The objective of this article is to investigate and analyze the perception of the students of the matter of managerial accounting. The result indicates that the active and multidisciplinary communication of business language is held back by this perception, since it generates a barrier that goes beyond the importance of numbers and the accounting process. The methodology used was qualitative exploratory, an analysis of primary sources and a survey of 280 students of the non-accounting business faculty of a university in the north of the state of Mexico were carried out. This research is relevant for future professionals due to the need for effective communication of the Business language that could make them the "Counselor to the King".

Keywords: Accounting; business language; perception; stereotypes of the accounting profession; importance of accounting; managerial accounting.

1

Introducción

La Contabilidad se ubica en la historia como una ciencia antigua, que surge por la necesidad de contar y anotar hechos económicos. (Casal Rosa, 2007) afirma que, “Dicha actividad fue evolucionando conforme se perfeccionó la propiedad y el comercio” pero, aunque sus antecedentes se pueden encontrar desde la época de los sumerios alrededor de 8000 a.C. es Fray Luca Da Borgo Pacioli (Cano, Restrepo, & Villa, 2017) quien expone en 36 capítulos de “Métodos Contables”, la base fundamental de la teoría de la partida doble. (p.20). Este concepto nos permite reflexionar en el pasado y en la obra de un visionario, ya que la contabilidad a través del tiempo se ha considerado como una técnica simple que se puede utilizar para proporcionar, procesar y evaluar información. Sin embargo, la contabilidad va más allá de esta concepción, puesto que establece una dimensión social, que la considera como una disciplina "más dinámica y sofisticada" (Rudkin, 2007) por lo tanto, no es solo una práctica institucional sino también una práctica social (Potter, 2005). Algunos escritores exponen a la contabilidad como la teneduría de libros y el registro contable (...). Sin embargo, hoy está claro que la contabilidad es algo muy diferente y va más allá de una técnica, es información que ayuda a resolver problemas y a la toma de decisiones de una entidad económica, desde una perspectiva científica. (Mantilla, 2000). Así que para cambiar esta estructura cuadrada de que la contabilidad son simples registros, es necesario primero, abandonar algunos conceptos tradicionales como la teneduría de libros y dejar de limitar el campo en el que se puede desempeñar la contabilidad. Segundo, comprender que tiene mucho sentido hablar de esta disciplina en el contexto de las ciencias sociales y más aún que entramos a una era en la cual las necesidades de la sociedad son más y avanzan con mucha rapidez (Mantilla, 2000). Es así como la contabilidad se muestra como un promotor económico y financiero en las organizaciones, algunos autores como (Hernández Esteve, 2002) plantean que, al estudiar la historia de la contabilidad, esta no se limita, únicamente al estudio de la evolución de las técnicas contables, sino que accede en la esencia misma de los planteamientos de organización y dirección de las instituciones, esto reconoce que la contabilidad ha experimentado cambios y menciona que ha contribuido y sigue contribuyendo a influir en el entorno social por ende, en la configuración y evolución de la sociedad y en su economía. Precisamente con esta idea es donde inicia la generación de valor de la contabilidad, se convierte en una herramienta fundamental que proporciona información financiera que resalta la función real para el desarrollo de la empresa y por ende de la sociedad. Así es como la contabilidad cubre las exigencias de las necesidades de frente al crecimiento y los nuevos desafíos de la sociedad que cambia día con día. Entonces la contabilidad a través del proceso contable es la esencia misma de un sistema de información para el desarrollo sostenible de las empresas que interactúan con la sociedad (Carmona Olier, 2013). Por lo tanto, la contabilidad plantea que las dinámicas que se están dando en el ámbito empresarial deben interpretarse desde una óptica interdisciplinaria, que no sólo se limite a que la contabilidad es cuadrada y matemática, sino que realmente se perciba como una interrelación en todos los planos de la empresa (Calvo, 2007) En consecuencia, la contabilidad es una herramienta capaz de aportar crecimiento y valor en las organizaciones.

En México las diferentes ofertas profesionales de las Instituciones de Educación Superior, se agrupan convencionalmente en seis áreas, de acuerdo con los criterios establecidos por la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior (ANUIES) Las licenciaturas de negocios están incluidas en el área de desarrollo de las Ciencias Económico-Administrativas dentro de las cuales se encuentran las licenciatura de administración, Mkt, negocios internacionales, administración del deporte entre otras. Actualmente la contabilidad es

protagonista en la sociedad actual, debido a la evolución de los negocios y las estructuras financieras sofisticadas de las empresas. Aunque la percepción de la contabilidad es presentada con una imagen que refleja a un profesional simple y de ideas cuadradas esta imagen demerita a la actividad contable versus la importancia que tienen. En este sentido (Dimnik & Felton, 2006) indican que durante años los expertos contables han soportado una imagen que se percibe socialmente poco atractiva, lo que puede explicar el por qué la contabilidad sigue siendo desagradable a los alumnos que estudian licenciaturas en negocios, motivo de preocupación para el mundo académico ya que no es una materia esperada y deseada en el mapa curricular. También se percibe al “contador típico” con un trabajo aburrido, definido orientado al cumplimiento de normas (Byrne & Willis, 2005) esta imagen se ve reforzada por la representación informal, justamente de esta percepción de los profesionales de la contabilidad que se exhibe en medios que tienen audiencias como: películas, series de televisión, programas de humor que, como lo indica (Davison, 2009), hacen una descripción gráfica del “Contador ”: hombre, solitario, en traje gris, encorvado sobre sus libros y facturas, en la actualidad esta figura ha perdido valor y se percibe como una profesión de teneduría de libros o como una imagen estereotipada bastante pobre y simplista como lo comentan los autores (Arquero & Fernandez Polvillo, 2019). Otro elemento determinante es que los estudiantes perciben a la contabilidad relacionada con materias matemáticas y estadísticas (Mladenovic , 2000) lo cual lo hace riguroso cuadrado y poco llamativo.

Con estos juicios la reputación de la contabilidad se enfrenta a una sociedad compleja y con cambios constantes en las estructuras de negocios, por lo que resulta imperante que desde la academia se innoven las competencias y habilidades adaptativas para responder de manera integral al dinamismo social de los tiempos (Hernández, 2018) con la finalidad de proyectar a la contabilidad como una herramienta y un lenguaje de los negocios que les permita destacar en el mercado laboral como consejero de la alta gerencia es decir como “El consejero del rey”.

Este trabajo contribuye a la línea de investigación de estereotipos e imágenes de los contadores y contabilidad, se centra en la percepción de 280 estudiantes de tercer y cuarto semestre que estudian Negocios internacionales, Mercadotecnia, Administración, administración del deporte y turismo y hotelería y actuaria en la materia de contabilidad gerencial. El resto de la investigación se estructura con una segunda parte referente a la revisión de la literatura, posteriormente se presenta la metodología empleada en el estudio, seguida por los resultados obtenidos y finalmente una de sección conclusiones y aportaciones de los resultados.

Marco teórico

En las últimas décadas, hemos sido testigos de una transformación extraordinaria del modelo de negocios en las organizaciones, lo que permite vislumbrar la importancia de la contabilidad en la información que genera y el impacto en la economía. De hecho, un informe del 2002 de McKinsey Quarterly (Bryan, 2002) advirtió que la crisis económica mundial aceleró la necesidad de las empresas para atraer más profesionales que entiendan los riesgos y el financiamiento de las organizaciones. Es por ello la importancia de analizar la percepción como un fenómeno que puede afectar la imagen de la contabilidad, de acuerdo con (Kotler & Armstrong , 2008) “la percepción es un proceso por el cual las personas seleccionan, organizan e interpretan información para formarse una imagen clara y precisa de un objeto o servicio.

Los antecedentes de la percepción de las materias contables que oferta una Institución de Educación superior la definen como aburridas, difíciles y tediosas ya que un ejercicio “tiene que cuadrar” es exacta, es lo que la mente percibe o crea, esto será un factor clave a la hora de estudiar la materia.

Se afirma que así es “como vemos el mundo que nos rodea”. (Schiffman, & Lazar , 2005). Estos autores describen que hay influencias que tienden a distorsionar las percepciones de las cosas, estas se relacionan con: la apariencia, estereotipos, la primera impresión y conclusiones apresuradas.

Entonces será primordial para los alumnos conocer los atributos de la imagen que perciben de las materias contables, identificar elementos falsos y verdaderos, así como fortalezas y debilidades que permitan mostrar la importancia de la contabilidad en las diferentes profesiones, lo cual permitirá abrir nuevas investigaciones del tema en un futuro, como metodologías de enseñanza aprendizaje contable. Aunque para ser verdad la contabilidad muestra una imagen poco favorecedora los estereotipos la exhiben desagradable. Los estudiantes no siempre realizan un análisis de decodificación de un mensaje, ya que su percepción selecciona los estímulos que recibe o ve. La siguiente figura propuesta por Kotler y Levy describe como se da este fenómeno.

Figura 1. Percepción del consumidor, enfoque de marketing desde la demanda.

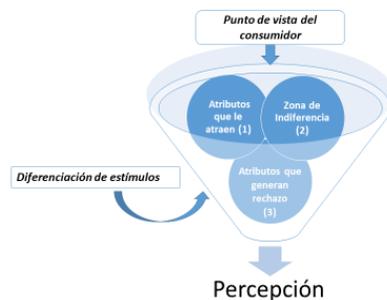


Figura 1 Percepcion del consumidor, enfoque de marketing desde la demanda.
Fuente: Elaboración propia adaptado a Kotler y Levy1994.

La figura 1 describe el punto de vista de los consumidores que en este caso serían los estudiantes de materias contables y los estímulos que le permiten percibir a la contabilidad en tres categorías, estos estímulos diferenciadores se analizan en tres espacios, primero como: lo que el estudiante percibe que la universidad le esta comunicando respecto a las materias contables y que le atraen, el segundo se denomina zona de indiferencia, es algún atributo o estímulo que percibe el estudiante pero que no le interesa, le es indiferente por lo tanto no es importante, por último la tercera categoría es un atributo percibido que le genera rechazo al estudiante, zona en donde se encuentra localizada la imagen de la contabilidad. Los autores recomiendan tratar de aumentar la zona uno y reducir la tres, ya que en la interacción entre la atracción y el rechazo es que se encuentra la acción de la elección y del gusto.

Analizando lo anterior relacionamos los numerosos estudios sobre la percepción estereotipada de la contabilidad y sobre las conclusiones encontradas en estas investigaciones las cuales demuestran que existe una imagen apresurada que podría influir en la percepción de las materias contables, precisamente algunos autores en sus investigaciones validan ciertas características que etiquetan la figura del contador con los siguientes adjetivos : (Cohen & Hanno, 1993);(Hunt, Anthony, & Intrieri, The nature and origins of students’ perceptions of accountants., 2004); (Jackling & Calero , 2006), aislados y solitario (Oswick , Barber , & Speed, 1994); (Coate, Mitschow , & Schinski, 2003); (Heiat, Brown , & Johnson , 2007) aburrido (Cohen & Hanno, 1993); (Hunt , Anthony , & Intrieri, The nature and origins of students perceptions of accountants, 2004); (Byrne & Willis,

2005) (Heiat, Brown , & Johnson , 2007), anotadores o medidores y de registros (Albrecht & Sack , 2000); (Sale , 2001); (Jackling & Calero , 2006), individuos formales e introvertidos (Coate, Mitschow , & Schinski, 2003), preocupados por los detalles y la exactitud (Hunt et al. 2004) e impulsados por el cumplimiento (Byrne & Willis, 2005), otros autores encontraron que la demanda potencial y actual perciben el trabajo contable orientados a los números (Parker, 2000), De acuerdo con (Siegel, 2000) el personal de administración y las áreas de operación a menudo ven a la contabilidad como el conteo y control del dinero así como la normatividad corporativa. También la investigación de (Mladonovic, 2000) mostraron que los estudiantes tienden a percibir la contabilidad principalmente como numérica, objetiva y no controvertida y son menos capaces de percibir la importancia del juicio creativo y las habilidades de comunicación que se obtienen con la contabilidad. Según (Hunt, Anthony , & Intrieri, The nature and origins of students perceptions of accountants, 2004), consideraba que la contabilidad tiene que ver con expertos en matemáticas e impuesto, pero sobre todo no se considera particularmente admirable, emocionante, dinámica o versátil. Aunque la contabilidad se percibe como una materia aburrida, difícil e insignificante, lo preocupante es que la perciben sin beneficio para su formación profesional, lo que se observa como error de visión en los alumnos pues desconocen la utilidad de las materias contables. Por lo tanto, la contabilidad gerencial queda un plano de desinterés, según (Flores, F., Barrera, Helder, & Estévez Bonilla , 2018) afirman que la Contabilidad de gestión también llamada contabilidad gerencial es una herramienta que considera aspectos no solo cuantitativos sino también cualitativos y tiene atribución para proporcionar la generación de información financiera y no financiera. Ya que de esta información surgen indicadores que son útiles en la toma de decisiones de una empresa. Asimismo, las publicaciones de (Lunkes , Ripoll, & Silva , 2013) “contribuyen a identificar oportunidades, y a poner de manifiesto el potencial de la disciplina contabilidad de gestión”. Aunque la contabilidad gerencial ha sido estudiada y analizada por diversos autores como (Brown & Gardner, 1985a), (Brown, Gardner, & Varsarhelyi, An analysis of the research contributions of accounting, organizations and society, 1987), (Shields, 1997), (Pérez , Gallardo, & Peña , 2005), (Lunkes , Ripoll Feliu, & Rosa, 2011a) todos ellos manifiestan y observan la utilidad para la dirección de la empresa en la buena toma de decisiones administrativas. Otros autores establecen que la contabilidad gerencial o de gestión es un área del conocimiento importante que implica reforzar el proceso de toma de decisiones, ya que permite la planeación de los sistemas de gestión del rendimiento, así como control de los recursos humanos y materiales, desarrollando habilidades relacionadas con la información financiera y de control, lo que ayuda a los administradores en la formulación y aplicación de las estrategias dentro de una empresa (Carvalho , Saraiva Júnior, & Costa , 2010; Lunkes , Ripoll Feliu, & Rosa, Autores y citas en contabilidad de gestión en revistas de lengua española, 2011,2012; Araújo & Silva, 2010; Lukka, 2010; Luft & Shields, 2003).

Metodología

La metodología es cualitativa exploratoria con una muestra que corresponde a 280 estudiantes de la facultad de economía y negocios de las licenciaturas de mercadotecnia, administración, negocios internacionales, administración del deporte, Turismo y Actuaría de una Universidad al norte del estado de México, la encuesta se aplicó del 8 de octubre al 17 de noviembre del 2020 a través de una encuesta realizada en la página <https://www.surveio.com/survey/d/F7F1J618B5T9W6H2S> y por medio de un código QR de enlace que se creó para ser contestado a través de medios electrónicos Laptop y teléfono celular. Con la finalidad de conocer como la percepción de las materias contables cambian la visión de la utilidad e importancia en la contabilidad gerencial. El instrumento utilizado para medir la percepción de los estudiantes en la Universidad del norte del

Estado de México fue desarrollado y utilizado por primera vez por (Saemann & Crooker, 1999) en estudiantes de contabilidad, (Worthington & Higgs, 2003) también utilizaron esta herramienta de medición para estudiantes de la profesión bancaria y financiera. A través de este instrumento se realizó un análisis factorial exploratorio de cuatro categorías divididos en 36 adjetivos opuestos en función a las percepciones de la contabilidad para determinar la percepción que tienen los estudiantes de la materia de contabilidad gerencial. Estas categorías están divididas en cuatro conceptos que evalúan las percepciones del área de la Contabilidad, en: Estructura, precisión, exactitud y detalle e interés por la contabilidad. A continuación, se muestra la tabla 1 con las categorías y los objetivos opuestos que fueron utilizados en las encuestas.

Tabla 1. Percepciones de la contabilidad.

Category # 1 Structured		
Abstract	1 2 3 4 5	Concrete
Adaptable	1 2 3 4 5	Inflexible
Alternative Views	1 2 3 4 5	Uniform Standards
Changing	1 2 3 4 5	Fixed
Creative Solutions	1 2 3 4 5	Cut and dried
Decision making	1 2 3 4 5	Record Keeping
Effectiveness	1 2 3 4 5	Efficiency
Flexible	1 2 3 4 5	Structured
Imagination	1 2 3 4 5	Logic
Innovation	1 2 3 4 5	Compliance
New Ideas	1 2 3 4 5	Established rules
New Solutions	1 2 3 4 5	Standard procedures
Unpredictable	1 2 3 4 5	Routine
Category # 2 Precise		
Ambiguity	1 2 3 4 5	Certainty
Analytical	1 2 3 4 5	Conceptual
Dinamic	1 2 3 4 5	Stable
Easy	1 2 3 4 5	Challenging
Imprecise	1 2 3 4 5	Accurate
Intuition	1 2 3 4 5	Facts
Novelty	1 2 3 4 5	Methodical
Originality	1 2 3 4 5	Conformity
Overview	1 2 3 4 5	Details
Spontaneous	1 2 3 4 5	Planned
Superficial	1 2 3 4 5	Thorough
Theoretical	1 2 3 4 5	Practical
Variety	1 2 3 4 5	Repetition
Verbal	1 2 3 4 5	Mathematical
Category # 3 Solidary / Independent		
Benefits society	1 2 3 4 5	Profit driven

Extrovert	1 2 3 4 5	Introvert
People oriented	1 2 3 4 5	Number crunching
Interaction with others	1 2 3 4 5	Solitary
Category # 4 Interesting		
Boring	1 2 3 4 5	Interesting
Dull	1 2 3 4 5	Exciting
Monotonous	1 2 3 4 5	Fascinating
Ordinary	1 2 3 4 5	Prestigious
Tedious	1 2 3 4 5	Absorbing

Tabla No. 3 Fuente: Elaboración propia, adaptado a Saemann & Crooker 1999

Interpretando que el número 1 se inclina más al concepto de la derecha, y 5 al concepto del lado izquierdo la cual corresponde a una escala de adjetivos de medición que permitió conocer la percepción de los alumnos de la materia de contabilidad gerencial.

Asimismo, con la finalidad de determinar el marco teórico, se llevaron a cabo consultas en la base de datos Scopus y Google scholar, utilizando las palabras clave “Accounting”, "Contabilidad Gerencial" “Perception”, “importancia de la contabilidad” y “Estereotipos de la profesión contable”. De esta primera búsqueda aparecieron 7.879 artículos. Una vez establecidos los filtros oportunos, se obtuvieron 750 artículos en total y fueron seleccionados 300 artículos. Ya con esta muestra se analizaron los resúmenes para seleccionar 70 artículos relacionados con contabilidad gerencial, percepción de la contabilidad e importancia de la contabilidad. A continuación, se presentan los resultados analizados y encontrados.

Resultados de la investigación

La investigación bibliográfica permitió darnos cuenta que la materia de contabilidad gerencial es de suma importancia para los alumnos de la Facultad de negocios, ya que la información cuantitativa y cualitativa que realiza es un proceso de planeación y control que lleva a una visión de futuro y coadyuva a la toma de decisiones dentro de una empresa tal como lo describen los autores mencionados. Sin embargo, esto no se permea en los alumnos que estudian la materia de contabilidad de gestión lo cual desvirtúa el proceso de enseñanza aprendizaje.

La tabla 2 presenta el diseño de la muestra de las licenciaturas Negocios Internacionales (NI), Mercadotecnia (Mkt), Administración (Admon), Administración del deporte (Admon Dep.), Turismo y Hotelería (TyH) y Actuaría (AC).

Tabla 2. Diseño de la muestra

Conceptos	NI	Mkt	Admon	Admon. Dep.	TyH	AC	Total
Alumnos encuestados	87	68	104	4	12	5	280
% muestra	31.07%	24.28%	37.15%	1.42%	4.28%	1.80%	100%
Genero Total	Masculino	Femenino					
	70%	30%		100%			
Edad	18 a 21 años	De 22 a 24 años					
	88%	12%		100%			

Ocupación	Estudiantes	Estudian tes que trabajan					
	80%	20%					

Tabla No.3 Fuente: Elaboración propia obtenida de los resultados de la liga:
<https://www.surveio.com/survey/d/F7F1J618B5T9W6H2S>

La muestra analizada nos indica que el 70% son del género masculino y el 30 % del género femenino. El 80% son alumnos que solo se dedican a estudiar y el 20% trabaja y estudia, el 88% de los alumnos se encuentra en la edad promedio para cursar la materia de contabilidad gerencial, esto indica que son alumnos jóvenes los cuales son los que construyen el futuro contable, es decir son las futuras promesas administrativas, contables y financieras con características propias de la edad como creatividad, innovación, habilidades tecnológicas con conocimiento, pero con poca experiencia.

La percepción de los alumnos se midió en cuatro categorías, la primera categoría mide la percepción de la estructura de la materia contable dividida en 13 adjetivos opuestos que determinan lo siguiente:

Category # 1 Structured

Concept	Percentage	Percentage	Concept
Abstract	90%		Concrete
Adaptable		89.9%	Inflexible
Alternative Views		88%	Uniform Standards
Changing		90%	Fixed
Creative Solutions		75%	Cut and dried
Decision marking		100%	Record Keeping
Effectiveness		75%	Efficiency
Flexible		100%	Structured
Imagination		90%	Logic
Innovation		100%	Compliance
New Ideas		100%	Established rules
New Solutions		100%	Standard Procedures
Unpredictable		90%	Routine

En esta categoría primera los

resultados son contundentes, demuestran claramente lo que los autores establecen en la teorías de la percepción, pues los alumnos se inclinaron totalmente al número 5 lo cual significa que no hubo un sesgo importante que permitiera que cambiaran de opinión, ya que los alumnos al encuestarlos sobre la estructura de la contabilidad y como la perciben, abiertamente manifiestan que les parece rutinaria, cuadrada, normativa, que esta estructurada de registros contables, estática, inflexible sin cambios y totalmente normada , lo que hace que de entrada la contabilidad les parezca tediosa, difícil, aburrida y sin un atractivo visible ante el primer momento. Aunado a esto consideran a la contabilidad abstracta, cuadrada no la entiende no tienen una conciencia clara del proceso contable que lo ven como cargo y abono y no logran comprender la técnica, mucho menos alcanzan a percibir la utilidad de esta.

Category # 2 Precise

Concept	Percentage	Percentage	Concept
----------------	-------------------	-------------------	----------------

Ambiguity	97.2%		Certainty
Analytical	70%		Conceptual
Dinamic		78.3%	Stable
Easy		80%	Challenging
Imprecise		100%	Accurate
Intuition		90%	Facts
Novelty		79%	Methodical
Originality	50%	50%	Conformity
Overview		80.6%	Details
Spontaneous		89.9%	Planned
Superficial		90%	Thorough
Theoretical		95%	Practical
Variety		80%	Repetition
Verbal		100%	Mathematical

En esta segunda categoría la precisión que tiene la contabilidad esta subdividida 14 indicadores, en donde los resultados apuntan a que los alumnos la encuentran ambigua, abstracta no entienden el proceso contable, tratan de aprenderlo de memoria y no lo razonan, ven a la contabilidad repetitiva, matemática, practica, de mucho trabajo, exhaustiva sin embargo existe una luz que permite visualizar que los alumnos consideran a la contabilidad analítica lo que coadyuva a que la relacionen con técnicas, patrones que les permita detallar y conocer mejor algún problema de la empresa, lo cual es punto a favor de la contabilidad para configurar una percepción ad hoc a la realidad de la contabilidad gerencial, algunos estudiantes la ven original es decir fruto de una necesidad de la sociedad. Asimismo, se observa que se inclinan o la perciben muy ligada con la planeación la cual se relaciona directamente con la estrategia con la parte analítica ambas percepciones importantes para la toma de decisiones propias de la contabilidad gerencial.

Category # 3 Solidary / Independent

Concept	Percentage	Percentage	Concept
Benefits society		80%	Profit driven
Extrovert		88%	Introvert
People oriented		89%	Number crunching
Interaction with others		80%	Solitary

Esta tercera categoría define a la contabilidad y está dividida en 4 estratos que muestran que los estudiantes la ven como una actividad que persigue maximizar las utilidades de una empresa, lo cual se identifica claramente con los objetivos propios de una empresa y de todos los alumnos que estarán en la cadena de valor de una empresa pública o privada. Otro punto relevante es que consideran que la contabilidad no tiene interacción con diferentes actores de una empresa es decir consideran que la contabilidad es solitaria y orientada a números lo cual dirige a pensar que la contabilidad, no comunica ni entrelaza los perfiles multidisciplinarios de una empresa es decir no es necesaria aprenderla y entenderla si no es útil para su profesión.

Category # 4 Interesting

Concept	Percentage	Percentage	Concept
Boring	100%		Interesting
Dull	80%		Exciting
Monotonous	70%		Fascinating
Ordinary		70%	Prestigious
Tedious	60%		Absorbing

Finalmente, en esta última categoría está dividida en 5 subcategorías que describen lo que los alumnos piensan del trabajo que desarrolla la contabilidad, se observa que les parece aburrido, tedioso y monótono sin embargo, aquí también encontramos un punto a favor de la contabilidad, la consideran prestigiosa la reconocen como necesaria, antigua, es decir que ha trascendido con el tiempo, no la consideran una técnica improvisada porque cumple con un proceso contable establecido hace muchos años y que es necesario dentro de las empresas, lo cual permite que goce de cierta aceptación por los alumnos no para estudiar la profesión, pero para reconocer que pueden necesitar un contable algún día.

Los resultados obtenidos con los alumnos de la facultad de negocios sobre la percepción de la materia de contabilidad gerencial muestran una visión estereotipada de la contabilidad gerencial consideran que es la continuación de las contabilidades es decir que siguen con el cargo y el abono, se percibe un sesgo muy propio de los profesionales contables tal como lo comentan los autores, los resultados muestran claramente que la contabilidad es una materia de certeza, cuadrada, altamente matemática y practica lo que los enfrenta inmediatamente con el enfoque de la contabilidad que ellos imaginan por sus primeras experiencias en materias contables o por la percepción que guardan del exterior al conocer un profesional contable.

Por último, se destaca que se encontró que consideran a la contabilidad analítica, metódica, ordenada y al mismo tiempo matemática. No la perciben como una herramienta de apoyo para resolver o predecir algún problema, al contrario, los inclina nuevamente a una actividad numérica exacta lo cual la hace cuadrada generando temor e incertidumbre de la contabilidad gerencial pues consideran que al no llegar a resultados óptimos podrían reprobar la materia el problema es que siguen sin entenderla y buscan aprenderla de memoria sin encontrar la utilidad real de la materia en su profesión.

Conclusiones y aportaciones

Esta investigación aprobó que los alumnos de la materia de contabilidad gerencial inclinan sus pensamientos hacia la idea general de los autores analizados, lo cual proporciona una ruta que se tiene que cuidar desde las primeras materias contables, pues esta imagen no es solo un síntoma de la imaginación de los estudiantes, ya que su primer acercamiento a la materia viene desde la educación media y al ingresar a la Universidad esperan que cambie esta percepción sin embargo las primeras materia contables ratifican el conocimiento adquirido.

De ahí que, diversos autores distingan la importancia de los primeros cursos de contabilidad, como esenciales, ya que es de suma importancia evitar reforzar imágenes de la contabilidad que pudieran dificultar el aprendizaje de la materia. (v.g. Geiger & Ogilby, 2000; Jackling, Are negative perceptions of the accounting profession perpetuated by the introductory accounting course? An Australian study., 2002; Mladenovic R. , 2000). Ya que estas percepciones consolidan a la

contabilidad como aburrida, numérica y cuadrada y no permite vislumbrar la utilidad que realmente se puede lograr aprendiendo y entendiendo estas materias contables.

En el mismo sentido para los alumnos el lenguaje de los negocios, no es más que una materia en su mapa curricular dividida en materias básicas de contabilidad y contabilidad gerencial que no han sido percibidas con la importancia que merecen, ya que los alumnos no parecen tener claro que las actividades contables requieren integración de equipos multidisciplinarios lo cual indica que deben conocer el lenguaje de los negocios, pues tendrán que comunicarse con todas las áreas de la empresa que implica manejo de recursos y otros perfiles profesionales. Tal como lo establece (Arquero & Donoso, 2002) no es solamente el reporte de números en donde estos de por sí, ya son información poderosa, lo que se pretende es que comprendan que están obligados a realizar una explicación eficiente de las implicaciones que pueden tener estos números en las áreas de la empresa. Asimismo, los estudiantes del área de Negocios no alcanzan a comprender que los diferentes criterios profesionales dentro de una entidad económica en un análisis de los números incluyen valoraciones de cada uno de los profesionistas involucrados en el caso a solucionar por lo que esto trae como resultado un conjunto de posibilidades de solución, por lo que el lenguaje de los negocios juega un papel preponderante en la comunicación positiva de la empresa.

Por lo anterior las materia contables son la base para la lógica contable y la comprensión para la materia de contabilidad gerencial, interpretando a esta como una materia que coadyuve en la toma de decisiones en todas las empresas, de ahí la importancia de la imagen fabricada desde los primeros semestres, es ahí donde la academia tendría que analizar las metodologías adecuadas y las habilidades que los alumnos deben desarrollar en las materias contables para alcanzar los resultados óptimos esto abre una ventana de posibilidad de investigaciones futuras al respecto.

Por lo que es valioso en las primeras materias contables básicas reconocer la importancia del lenguaje de los negocios y la aplicación del proceso contable explicando claramente la utilidad de las materias contables la necesidad de la base contable, más allá de la importancia de los números, las opiniones profesionales diversificadas por expertos multidisciplinarios conjuntamente con un análisis cuantitativo y cualitativo darán como resultado una toma de decisiones sólida dentro de las empresas y permitirá una mejora en la comunicación de los negocios.

En consecuencia, se deben establecer estrategias académicas y docentes que apoyen a transformar la imagen de la contabilidad en alumnos que no son contables como lo establece (Reyna & Salmerón, 2020) innovando y creando juegos didácticos como futbol financiero, adivina la cuenta, lotería contable, que permitan introducir y entender desde otra perspectiva el mundo contable, con la finalidad de desarrollar habilidades para la toma de decisiones. Es por ello por lo que las materias contables juegan un papel brillante en la vida de los alumnos que son no contables, evitar a toda costa que los alumnos generen una información incorrecta y negativa de la contabilidad, mas bien que incorporen los conocimientos de contabilidad con los propios de su experiencia profesional, para que puedan potencializar y generar valor dentro de las empresas y así puedan ser llamados a forma parte de la élite del consejero del Rey.

El estudio contribuye a la muy escasa literatura sobre imagen de la contabilidad en México, proporcionando evidencia de que los alumnos que entran en las carreras no contables presentan una imagen muy estereotipada de la contabilidad. Los alumnos no contables tienen preconcepciones de la contabilidad lejos de lo deseable lo cual origina serias limitaciones en el aprendizaje. Todos los resultados obtenidos en el análisis de alumnos no contables tienen

repercusiones importantes que consolidan la percepción de la contabilidad, no sólo los números son importantes, sabemos que la información genera poder, pero mas poder genera interpretarla, establecer juicios de análisis, conocer la aplicación de los conceptos adquiridos a través del método del caso o de casos reales que permitan aplicar los conocimientos adquiridos, será necesario dejar de lado el concepto simplista de cargo y abono.

Mientras tanto en la academia se deben reforzar los contenidos y las estrategias en la metodología de la enseñanza con ideas que fomente a la contabilidad como un lenguaje de los negocios necesario, asimismo, valorar y reforzar las capacidades de comunicación, resolución de problemas, juicios profesionales, en tareas dejar de lado específicamente aquellas prácticas de cargo y abono y fomentar aquellas que permitan ayudar al desarrollo de estas capacidades no técnicas.

Las limitaciones que encontramos en esta investigación es que se aplicó en una universidad seria interesante compararlo con otras universidades de México, esto podría generar posibles líneas de investigación futura a través de resultados y composiciones de calificaciones en los alumnos. Buscar posibles motivadores en las materias contables o establecer diferentes estrategias de enseñanza aprendizaje que permitan mejorar la percepción de la contabilidad en alumnos no contables y así disminuir ese gran paradigma que es la imagen de la contabilidad.

Referencias bibliográficas

- Albrecht, S., & Sack, R. (2000). *Accounting education: charting a course through a perilous future*. Sarasota Fla: Accounting Education Series, 16. American Accounting.
- Araújo, E., & Silva, W. (2010). Pesquisa científica en Contabilidad Gerencial. *Revista universo Contabilidad*, 29-44.
- Arquero, J., & Donoso, J. (2002). Lo más importante son los números L. *Las opiniones de los estudiantes españoles de contabilidad sobre las capacidades no técnicas. PartidaDoble*, 132,98-105.
- Arquero, J., & Fernandez Polvillo, C. (2019). Estereotipos Contables, Motivaciones y percepciones sobre la Contabilidad de los estudiantes universitarios de Administración de Empresas y Finanzas y Contabilidad. *Spanish Accounting Review*, 88-99.
- Axtell, J. M. (2017). The Advent of Accounting in Business Governance :Ancient Scribes to modern practitioners. *International Journal of Business Governance and Ethics*, 21-46.
- Bavakutty, M., Nasirudheen, T., & Abdul, M. (Agosto de 2008). *Course choice and equipage of professionals: Implications for Re-structuring lis programmes in developing countries with special reference to India*. Obtenido de IFLA.org: Recuperado de <http://archive.ifla.org/IV/ifla74/index.htm>
- Brown, L., & Gardner, J. (1985a). Applying citation analysis to evaluate the research contributions of accounting faculty and doctoral programs. *The accounting Review*, 262-277.
- Brown, L., Gardner, J., & Varsarhelyi, M. (1987). An analysis of the research contributions of accounting, organizations and society. *Accounting, Organizations and Society*, 193-204.
- Bryan, L. (2002). *Just in time strategy for a turbulent world*. MCKinsey & company Inc.

- Bui, B., & Porter, B. (2010). The expectation -performance gap in accounting education : an exploratory study. *Accounting Education: an international journal* , 367-381.
- Byrne, M., & Willis, P. (2005). Irish secondary students´ perceptions of the work of an accountant and the accounting profession . *Accounting Education :an international Journal*, 367-381.
- Calvo, A. (2007). La educación contable en Colombia. *Contaduría Universidad de Antioquia* , 77-91.
- Cano, A., Restrepo, C., & Villa, o. (2017). Aportes de Fray Luca Pacioli al desarrollo de la contabilidad: origen y difusión de la partida doble . *Espacios* , 38(34) 1-11.
- Carmona Olier, M. (2013). Rompiendo paradigmas de la contabilidad como ciencia social. *Adversia*, 2-5.
- Carvalho, K., Saraiva Júnior, A., & Costa, R. (2010). A contribuição das teorias do ciclo de vida organizacional para a pesquisa em contabilidade gerencial. *Revista de Administração da Mackenzie (Online)*, 98-130.
- Casal Rosa, V. N. (2007). La ciencia contable. *Actualidades contables*, 19-28.
- Coate, C., Mitschow, M., & Schinski, M. (2003). What students think of CPAs: Is the stereotype alive and well? *The CPA Journal*, 55-55.
- Cohen, J., & Hanno, D. (1993). An analysis of underlying constructs affecting the choice of accounting as a major. *Issues in Accounting Education* , 8(2):219-238.
- Cory, S. (1992). Quality and quantity of accounting students and the stereotypical account: is there a relationship? *Journal of accounting education* , 1-24.
- Davison, J. &. (2009). Imagining accounting and accountability. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 845-857.
- Dimnik & Felton, T. (2006). Accountant stereotypes in movies distributed in North America in the twentieth century. *Accounting Organizations and Society* , 129-155.
- Ferreira, A., & Santoso, A. (2008). Do students perceptions matter? A study of the effect of students perceptions on academic performance. *Accounting and Finance* , 209-231.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. México: McGraw Hill.
- Flores, A., F., J., Barrera, E., Helder, M., & Estévez Bonilla, A. (2018). La Contabilidad de gestión: Una herramienta para la toma de decisiones empresariales. *Revista científica hallazgos 21* , 338-351.
- Geiger, M., & Ogilby, S. (2000). The first course in accounting: students' perceptions and their effect on the decision to major in accounting. *Journal of Accounting Education* , 63-78.
- Granados Martín del Campo, C. (2014). Más que una profesión, la mejor carrera para crecer, un estilo de vida y una forma de pensar. *Contaduría Pública*, 42(499), 24-27.
- Heiat, A., Brown, D., & Johnson, D. (2007). An empirical analysis of underlying factors affecting the choice of accounting majors. . *Journal of College Teaching and Learning*, 83-98.

- Hemsley , J., & Oplatka, I. (2006). *Universities in a competitive global marketplace*. Obtenido de siaa.ucc.edu.co:2068/docview/234408547/fulltextPDF/13C774EE81123D25087/1?accountid=44394 Recuperado de <http://siaa.ucc.edu.co:2068/docview/234408547/fulltextPDF/13C774EE81123D25087/1?accountid=44394>
- Hernández Esteve , E. (2002). Historia de la contabilidad. *Dialnet*, 28.
- Hernández, L. Y. (2018). Un cambio paradigmático necesario en la enseñanza de la estructura de los costos en la formación del contador público. *EN-CONTEXTO*, 9(9), 31-45.
- Hunt, S., Anthony, F., & Intriери, R. (2004). The nature and origins of students' perceptions of accountants. *Journal of Education for Business*, 79(3):142-149..
- Jackling, B. (2002). Are negative perceptions of the accounting profession perpetuated by the introductory accounting course? An Australian study. *Review of Accounting*, 10(2), 62-80.
- Jackling, B., & Calero , C. (2006). Influences on undergraduate students' intentions to become qualified accountants: evidence from Australia. . *Accounting Education: an International Journal* , 15(4):419-438.
- Kotler , P., & Armstrong , G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson.
- Kotler, P., & Gary, A. F. (2008). México: Pearson Educación.
- Luft, J., & Shields, M. (2003). Mapping management accounting: graphics and guidelines for theory-consistent empirical research. *Accounting, Organizations and Society*, 169-249.
- Lukka, K. (2010). The roles and effects of paradigms in accounting research. *Management Accounting Research*, 110-115.
- Lunkes , R., Ripoll Feliu, V., & Rosa, F. (2011a). Contabilidad de gestión: un estudio em revistas de Brasil, España y de lengua española. *Revista de Contabilidade e Organizações*,, 132-150.
- Lunkes , R., Ripoll Feliu, V., & Rosa, F. (2011,2012). Autores y citas en contabilidad de gestión en revistas de lengua española. *Revista Venezolana de Gerencia*, 253-.270.
- Lunkes , R., Ripoll, V., & Silva , D. (2013). Estudio de publicaciones sobre contabilidad de gestión en Brasil y España . *Scielo*.
- Mantilla, S. (2000). El nuevo contexto de las ciencias contables. *Universitas Humanistica*, 85-99.
- Marringe, F. (2006). *SIAA.UCC.EDU* . Obtenido de University and course choice Implications for positioning, recruitment and marketing: Recuperado de <http://siaa.ucc.edu.co:2068/docview/229139039/fulltextPDF/13C7724124B4516AF42/1?accountid=44394>
- Mladenovic , R. (2000). An investigation into the ways of challenging introductory accounting students negative perceptions of accounting. *Accounting Education: an International Journal*, 135-155.
- Naude, P., & Ivy, J. (1999). *The marketing strategies of universities in the United Kingdom*. Obtenido de <http://siaa.ucc.edu.co>: Recuperado de

<http://siaa.ucc.edu.co:2068/docview/229143525/fulltext/13C777AFAC22314B579/1?accountid=44394#>

- Oswick , C., Barber , P., & Speed, R. (1994). A study of the perception of public accounting skills held by UK students with accounting and non-accounting career aspirations. *Accounting Education*, 3(4):283-296.
- Parker, L. (2000). Goodbye number Cruncher. *Australian CPA*, 50-52.
- Pérez , B., Gallardo, A., & Peña , C. (2005). La investigación empirica en la Contabilidad de Gestión en España: análisis de las publicaciones españolas. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 183-210.
- Potter, B. N. (2005). Accounting as a social and institutional practice: perspectives to enrich our understanding of accounting change. *ABACUS*, 265-289.
- Reyna , L., & Salmerón, A. (2020). La cadena de valor en la Licenciatura en Contaduría Publica. *Sinapsis*, 12(1) 86-105.
- Ries, A., & Ries, L. (2000). *The 22 Immutable Laws Of Branding*. Colombia : New Ed edition.
- Rudkin, k. (2007). Accounting as myth maker. *The Australasian Accounting, Business and Finance Journal* , 13-24.
- Saemann, G., & Crooker, K. (1999). Student perceptions of the profession and its effect on decisions to major in accounting . *Journal of accounting education* , 1-22.
- Sale , M. (2001). Steps to preserving the profession. *The National Public Accountant*, 46.
- Schiffman , L., & Lazar , K. (2005). *Comportamiento del Consumidor*. México: Pearson Educación.
- Shields, M. (1997). Research in management accounting by North Americans in the 1990s. *Journal of Management Accounting Research*, 3-61.
- Siegel, G. (2000). The image of corporate accountants. *Strategic Finance*, 71-72.
- Wessels, P., & Steenkamp, L. (2009). An investigation into students´ perceptions of accountants. *Meditari Accountancy Research* , 117-132.
- Worthington , A., & Higgs, H. (2003). Factors explaining the choice of finance major: the role of students characteristics, personality and perceptions of the profession. *Accounting Education* , 12-21.