



Diana Suardi
José María Vitta
Cristina Carazay
Mabel Mileti
Gisela Bertolino
Teresa Díaz
Raquel Domínguez
Analía Fernández
Jorgelina Gastaldi

Sergio González
Alicia Marchese
Silvina Marcolini
Oscar Martín
María Susana Nannini
Alicia Ruiz
Claudia Vázquez
Carmen Verón

Instituto de Investigaciones Teóricas y aplicadas de la Escuela de Contabilidad

CONTENIDO Y COMUNICACIÓN DE LOS INFORMES FINANCIEROS EN EL CONTEXTO DE LA NUEVA ECONOMÍA

1. INTRODUCCIÓN

La contabilidad enfrenta un duro cuestionamiento en lo referente a su capacidad para captar y comunicar los eventos que ocurren en el actual contexto globalizado. Existe una creencia en el sentido de que los estados contables no reflejan (y tal vez no posean esa capacidad) los "value drivers" de las empresas. Estos "value drivers" dominan el nuevo orden económico y representan la capacidad de las empresas de agregar o generar valor. Esta capacidad constituye un elemento diferenciador entre las empresas y resulta fundamental cuando se pretende calcular el valor de la empresa, distinto de su patrimonio neto.

Las principales críticas que se realizan a los estados contables son:

1. Los estados contables tradicionales se centran en la habilidad de la entidad para generar valor a través de la realización de los activos y pasivos ya existentes. Se trata de información retrospectiva. Pero el contexto actual requiere información sobre la capacidad de la empresa de crear valor.
2. Los "value drivers" más importantes son básicamente de índole cualitativa o no financiera y hoy no son revelados en los estados contables.
3. Los activos intangibles, que juegan un papel fundamental en la nueva economía, son reconocidos en los estados contables únicamente cuando son adquiridos a terceros. Dichos intangibles deberían ser también reconocidos cuando los mismos son generados internamente.
4. Los riesgos a los cuales se enfrenta la empresa no son revelados por los estados contables tradicionales debido al criterio conservador que predomina en su preparación. Pero hoy el riesgo no es analizado desde una visión pesimista, sino que es considerado, al mismo tiempo, como una oportunidad. La forma en que la empresa gestiona los riesgos, cualquiera sea su tipo, es un elemento más de su capacidad generadora de valor.

Las modalidades de comunicación de la información contable también se encuentran



influenciadas por el contexto de esta nueva economía. El modelo tradicional de comunicación de la información contable, basado en documentos en "formato papel", presenta evidentes limitaciones, algunas de las cuales pueden superarse mediante la utilización de nuevas tecnologías.

La utilización de un formato digital permite a la empresa emisora de la información contable suministrar al usuario instrumentos para gestionar dicha información, posibilidad inviable en lo que respecta al formato papel. La comunicación a través de Internet de esta información en formato digital permite mejorar el proceso de divulgación en, al menos, cuatro aspectos: procedimientos de comunicación; categorización del usuario; formato de los documentos; y gestión de la información.

2. NECESIDAD DE AMPLIAR EL CONTENIDO DE LOS INFORMES FINANCIEROS

Como ya dijéramos, el contexto en el que se desenvuelven actualmente las organizaciones, caracterizado por una economía basada en el conocimiento, la globalización de los mercados y el extraordinario desarrollo de la tecnología informática, plantea nuevas exigencias que han ampliado el campo de las investigaciones contables y que obligan al replanteo del modelo contable tradicional.

Existe acuerdo general en que la información financiera no alcanza hoy a satisfacer las expectativas de los usuarios. Los estados financieros no capturan los "value drivers" que dominan a la nueva economía. Es por ello que son vistos como necesarios, pero no como suficientes para poder medir y analizar el desempeño de las empresas.

Actualmente, tanto la gerencia y los directivos como los inversores están utilizando una gran cantidad de información no provista por los estados contables para analizar el desempeño y las perspectivas de la empresa. Muchas empresas líderes están divulgando, a través de distintos canales de comunicación, amplia información voluntaria, que no es explícitamente requerida por las normas contables, como por ejemplo la relacionada con los activos intangibles no reconocidos contablemente, información proyectada y la visión de la gerencia sobre los factores críticos para el éxito. Esto demuestra que existe una desconexión entre la información provista en los estados financieros y la información que necesitan los inversores y acreedores.

2.1. Antecedentes relevantes

En los últimos años numerosos autores han efectuado propuestas tendientes a acortar la brecha existente entre la información provista por los estados contables y la requerida por los usuarios. Asimismo, los organismos emisores de normas han realizado esfuerzos concretos tendientes a ampliar el contenido de los informes financieros. A continuación mencionamos los más relevantes.

En 1991, el American Institute of Certified Public Accountants (A.I.C.P.A.) constituyó el Special Committee on Financial Reporting que en el año 1994 emitió un informe¹ conteniendo una serie de recomendaciones tendientes a satisfacer las necesidades cambiantes de los usuarios. El reporte concluye que los informes de negocios deberán:

- a) Proveer más información prospectiva, incluyendo los planes de la gerencia, oportunidades, riesgos y medidas de incertidumbre.
- b) Centrarse más en los factores que crean valor a largo plazo, incluyendo medidas

¹ AICPA, *Improving Business Reporting – A Customer Focus* (New York: AICPA, 1994). Disponible en Internet en <http://www.aicpa.org/members/div/acctstd/ibr/index.htm>



no financieras que indiquen cómo se están desempeñando los procesos claves del negocio.

- c) Lograr una mejor alineación entre la información utilizada internamente para gestionar el negocio y la provista a los usuarios externos.

En el mes de marzo de 2000 el Institute of Chartered Accountants in England & Wales (ICAEW) publicó un estudio de Charles Leadbeater denominado "New Measures for the New Economy"², en el cual el autor analiza la necesidad de desarrollar nuevas mediciones y nuevos mercados para activos intangibles y las dificultades que se presentan. Entre las conclusiones a las que arriba destacamos las siguientes:

- La brecha entre el valor de mercado de muchas empresas y sus valores de libros está creciendo, y esto es especialmente cierto en las industrias intensivas en alta tecnología y conocimiento en las cuales las compañías realizan grandes inversiones en activos intangibles como I+D y marcas. Esta desigualdad no se debe simplemente a la escala de inversión en intangibles. También obedece a la volatilidad, incertidumbre y ritmo de cambio asociado con mayores inversiones en estos activos.
- La falta de revelación de información sobre los intangibles conlleva el riesgo de conducir a una inadecuada asignación del capital, o al aumento del costo del capital para las empresas intensivas en conocimiento, incrementando la volatilidad y la incertidumbre.
- Cualquier nuevo enfoque tendiente a revelar información sobre los activos intangibles debería comenzar por el reconocimiento de que estos activos son altamente dependientes del contexto y variables en sus valores, los cuales no pueden ser acumulados de la manera que suele hacerse con los activos tangibles tradicionales. Sólo podrán obtenerse mediciones más confiables de los activos intangibles si, paralelamente, se desarrollan nuevos mercados de intangibles o instrumentos financieros asociados a ellos –un mercado de opciones de intangibles- que permitan la determinación de valuaciones.
- La necesidad de más y mejor información sobre intangibles se encuentra reflejada en la aparición de nuevos sistemas de medición del desempeño del negocio, tales como el Balanced Scorecard, EVA y el modelo de la European Quality Foundation. Todos ellos pretenden proveer a los administradores de una herramienta que les permita comprender el modo en que los intangibles, como la lealtad de la clientela y el capital humano, generan resultados financieros. Estos nuevos enfoques no contienen en sí mismos reglas para la medición de intangibles pero ofrecen información no financiera de mucha utilidad que puede ayudar a los usuarios externos a efectuar mejores estimaciones del valor de los intangibles.
- El enfoque más prometedor sería desarrollar un cuerpo de normas para proveer más y mejor información sobre intangibles y efectuar mediciones más confiables de los mismos. Estas normas deberían ser específicas para cada industria.

Como consecuencia de un proyecto iniciado en 1998, el F.A.S.B. emitió en el año 2001 el informe denominado "Improving Business Reporting: Insights into Enhancing Voluntary

²Leadbeater C. *New Measures for the New Economy*. Londres: Institute of Chartered Accountants in England & Wales, Marzo 2000. Disponible en Internet en <http://www.icaew.co.uk/publicassets/00/00/05/99/0000059908.pdf>



Disclosures³. En el mismo se describe los hallazgos de grupos de trabajo que estudiaron la información voluntaria revelada en diez industrias. Asimismo, el informe describe un marco para la presentación de información voluntaria que incluye cinco elementos:

- Identificar los aspectos del negocio que son especialmente importantes para el éxito de la compañía.
- Identificar las estrategias y planes de la gerencia para gestionar esos factores críticos, tanto en el pasado como en el futuro.
- Identificar los indicadores utilizados por los directivos para medir y manejar la implementación de sus estrategias y planes.
- Evaluar en qué medida la revelación de información voluntaria sobre las estrategias y planes futuros puede afectar adversamente la posición competitiva de la empresa, y si este riesgo excede los beneficios esperados de presentar la información voluntaria.
- Determinar la mejor forma de revelar aquella información voluntaria que se considere apropiada. Debe explicarse la naturaleza de los indicadores utilizados, los cuales deben ser consistentemente revelados de un período a otro, en la medida en que continúen siendo relevantes.

En abril de 2001 el Financial Accounting Standards Board (F.A.S.B.) publicó un Informe Especial⁴ con el objetivo de proveer un marco para la discusión de potenciales proyectos a encarar en el futuro. El mismo sostiene que el problema al cual se enfrentan las empresas, los usuarios de la información financiera, los emisores de normas y los organismos reguladores consiste en determinar la mejor forma para entender y comunicar la diferencia entre el valor de mercado de una empresa y su valor de libros. Esta diferencia podría descomponerse de la siguiente forma:

	Valor de libros	\$ xxx
	+/- Evaluaciones del mercado sobre las diferencias entre las mediciones contables y los valores corrientes de los activos y pasivos reconocidos	xxx
	+/- Evaluaciones del mercado sobre los valores de activos y pasivos no reconocidos en los estados contables (por ejemplo: patentes desarrolladas internamente)	xxx
	+/- Evaluaciones del mercado sobre los conductores de valor que no responden a la definición de activos y pasivos (por ejemplo: la moral de los empleados)	xxx
	+/- Evaluaciones del mercado sobre los planes futuros de la entidad, oportunidades y riesgos del negocio	xxx
	+/- Otros factores, incluyendo especulaciones, pesimismo y psicología del mercado	xxx
	Valor de Mercado	\$ xxxx

El informe concluye que el problema planteado tiene más de una dimensión y que su

³ Norwalk: FASB, 2001. Disponible en internet en <http://www.fasb.org>

⁴ Wayne S. Upton Jr., *Business and Financial Reporting. Challenges from the New Economy* (FASB, 2001). Disponible en Internet en http://www.fasb.org/articles&reports/sr_new_economy.pdf



abordaje requiere incrementar los esfuerzos tendientes a: reconocer los activos intangibles en los estados financieros y mejorar sus mediciones; expandir y sistematizar el uso de indicadores no financieros de desempeño; y expandir el uso de información prospectiva.

Como puede observarse, los distintos trabajos analizados coinciden en cuanto a la necesidad de replantear el modelo contable tradicional a fin de que inversores y acreedores cuenten con más y mejor información. De esta manera se lograría disminuir la incertidumbre en la toma de decisiones y facilitar a los inversores la determinación del valor de la empresa, lo que en definitiva contribuiría a una mejor asignación del capital.

En general, concluyen que los informes contables deberían incluir:

- Información prospectiva
- Información sobre las estrategias y planes de la gerencia
- Información sobre los conductores de valor a largo plazo
- Medidas no financieras de desempeño
- Más información sobre activos intangibles.

2.2. La situación en nuestro país

En nuestro país, los usuarios disponen de información adicional a la contenida en los estados contables, ya sea por requerimientos legales -tal es el caso de la memoria de los administradores que acompaña a los estados contables según lo dispone la Ley de Sociedades Comerciales-, por exigencias de los organismos de contralor, o bien por decisión de las empresas que voluntariamente suministran información que perciben como relevante a través de sus páginas web.

La memoria no integra los estados contables, pero constituye información adicional elaborada por los administradores y que se presenta junto con los estados contables. En un trabajo anterior⁵ analizamos las memorias presentadas por empresas que cotizan en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires correspondientes a ejercicios finalizados en los años 2002 y 2003. La información relevada fue clasificada en once categorías previamente definidas. El trabajo concluye que la información que brindan las empresas en sus memorias se refiere a aquellas cuestiones que, desde el punto de vista de los administradores, resultan críticas para el éxito de los negocios.

Por su parte los organismos de contralor suelen requerir a las empresas la presentación de cierta información adicional a la contenida en los estados contables. En nuestro país la Comisión Nacional de Valores exige la presentación de una "reseña informativa". En general la información requerida se refiere al pasado -aunque abarca un período de tiempo más amplio que la contenida en los estados contables-, excepto en lo atinente a: "breve comentario sobre perspectivas para el futuro ejercicio".

Por último las empresas han encontrado en Internet una herramienta que les posibilita poner a disposición de los inversores información no contenida en los estados contables, pero que se considera relevante para evaluar el desempeño y las perspectivas futuras de la empresa. Dada la importancia que las nuevas tecnologías tienen en el desarrollo de un mercado de información más eficiente y de sus efectos sobre la correcta asignación de los recursos económicos, se plantea el desafío de incrementar la utilidad y confiabilidad de la

⁵ Bertolino, Gisela y otros, *El Capital Intelectual. El punto de vista de los administradores*, Informes de Investigación, Año 4 Nro. 6, publicación del Instituto de Investigaciones Teóricas y Aplicadas de la Escuela de Contabilidad de la Universidad Nacional de Rosario, Junio 2004.



información financiera que divulgan las empresas en Internet, lo que nos lleva a la necesidad de establecer pautas que regulen la conducta de las empresas en esta materia.

2.3. Hacia un informe de negocios

Como hemos mencionado anteriormente, la desconexión existente entre la información que requieren los usuarios y la contenida en los estados contables es percibida por muchas empresas que voluntariamente han comenzado a suministrar información adicional usando distintos canales de comunicación, fundamentalmente sus páginas web. Sin embargo no es común que la información sea presentada en un único informe que facilite una adecuada evaluación de la historia reciente del emisor y sus perspectivas futuras, y que, en definitiva, brinde respuestas convincentes y coherentes a los siguientes interrogantes: ¿Cómo gana dinero y crea valor la empresa? ¿Qué hace a esta empresa valiosa hoy y mañana? ¿Por qué esta empresa merece el dinero de los inversores?

La presentación de un informe integral sobre el negocio, que incluya a los estados contables, podría ayudar a los usuarios a efectuar mejores evaluaciones sobre la performance de la empresa, su posición y sus perspectivas futuras. Este informe debería proveer información financiera y no financiera sobre el negocio del emisor necesaria para satisfacer los requerimientos de información de los acreedores e inversores.

Para que estos informes sean realmente útiles es necesario que previamente se elaboren reglas que permitan homogeneizar su contenido y forma, teniendo en consideración las características particulares de los distintos sectores de la actividad económica, como así también, el tamaño del ente. Consideramos que el informe debería:

- Explicar la naturaleza del negocio
- Tener una orientación hacia el futuro
- Proveer el punto de vista de los administradores
- Poner énfasis en los factores que crean valor a largo plazo
- Integrar las perspectivas de corto y largo plazo
- Cumplir con los atributos de la información

3. EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN LA INFORMACIÓN FINANCIERA

Las formas en como las empresas se relacionan con sus clientes, proveedores, accionistas, inversores e instituciones, está cambiando. El sistema económico se va digitalizando progresivamente. La Contabilidad no es ajena a estas transformaciones, no sólo en lo que hace a los procesos internos, sino también en la forma de comunicar la información a los distintos usuarios.

El desarrollo experimentado por las tecnologías de la información y de la comunicación lleva a la Contabilidad a desarrollar un papel fundamental en el uso de las nuevas tecnologías en general, y de Internet en particular, para mantener informados a los usuarios externos. Los usuarios tienen acceso a información contable a través de sitios web donde se divulgan datos patrimoniales, económicos y financieros, tanto de organizaciones públicas como privadas, que sirven como base para el análisis de su actividad, situación y resultados.

Se puede afirmar que la utilización de las denominadas 'nuevas tecnologías de la información y la comunicación', facilita el acceso a un elevado número de usuarios



potenciales al contenido de los estados contables a un bajo costo.

En los primeros años de extensión de la World Wide Web (WWW) eran pocas empresas que se instalaron en ella y las precursoras - mediados de la década de los noventa - recurrían a este medio para intentar ensanchar sus mercados, presentar sus productos y facilitar el acceso a la descripción de los mismos a potenciales clientes.

En los últimos años se ha percibido un aumento del número de empresas que presentan información financiera en sus sitios web, información que varía desde extractos de información presentada conforme a distintos formatos, hasta copias literales de sus estados contables digitalizados.

3.1. Herramientas tecnológicas

a) Bases de Datos

Esta herramienta tiene que ver con una nueva forma de estructuración de datos en grandes almacenes. Una Base de Datos es una colección de datos que pueden ser compartidos y utilizados con múltiples propósitos. El usuario final no tiene acceso a todos los datos de una base, sólo a los que necesita para su trabajo específico. Puede "percibir" sólo un archivo de datos, que tendrá siempre la misma estructura y aparecerá como simple, pero en realidad se trata sólo de la visión parcializada de una estructura mucho más compleja.

El diseño de Bases de Datos contiene aspectos realmente complejos, sobre todo en lo que hace a la comprensión de las necesidades de los diferentes usuarios y el cómo satisfacer a todas, sin incurrir en redundancias innecesarias que harían menos eficiente el sistema. Para ello, las grandes Bases de Datos de las organizaciones cuentan con una persona que las administra, es decir, se encarga de mantener la homogeneidad y consistencia de los datos y sus relaciones.

Hay muchas formas de crear una Base de Datos, algunas más eficientes que otras, pero siempre tratando de reflejar un hecho básico: las entidades o personas contenidas en una tabla (por ejemplo alumnos, clientes) desarrollan actividades o generan eventos que interesa registrar (rinden materias, compran).

Básicamente, se trata de crear una estructura en la cual los datos no se repitan y para ello se recurre al proceso de normalización respetándose algunas premisas básicas, tales como:

1. Mantener separada la información. Cada característica individual del sujeto se representa en un campo de la tabla (columna) para luego poder accederlo. (ej.: tabla de alumnos).
2. Separar a los sujetos de los hechos. Cada alumno rinde materias, por lo tanto, se deben relacionar las calificaciones según la materia y el alumno que la rindió. Esta tabla de eventos tendrá dos elementos claves para que podamos individualizar cada registro. (ej.: legajo + materia)

El principal modelo de datos para las aplicaciones de Procesamiento de Datos es el modelo relacional. Una Base de Datos relacional es un conjunto de tablas, a cada una de las cuales se le asigna un nombre exclusivo. Cada fila de la tabla representa una relación entre un conjunto de valores. Dado que cada tabla es un conjunto de relaciones, hay una fuerte correspondencia entre el concepto tabla y el concepto matemático de relación. Los matemáticos definen las relaciones como subconjuntos del producto cartesiano de la lista de dominios.



b) Data Warehousing

La disminución de los costos de almacenamiento de datos por Megabyte y el crecimiento de la velocidad de los procesadores y recursos con que cuentan las computadoras hizo que las corporaciones almacenaran grandes cantidades de datos, producto de sus transacciones cotidianas, sin considerar su utilización posterior.

Consecuencia lógica de este proceso fue la acumulación de muchos datos y como paradoja pobreza de información útil.

Surge así la necesidad de tener en las empresas una política tendiente a utilizar metodológicamente técnicas que capturen, reúnan y asocien datos de diversas fuentes con el fin de presentar información en forma útil para la toma de decisiones.

He aquí que en virtud de este crecimiento anárquico de fuentes de datos por falta de planificación de recursos informáticos por parte de las empresas, surge el Data Warehousing, al que podemos señalar, en principio, como un único lugar donde se guarda toda la información útil proveniente de los datos internos y externos a la empresa.

Un DW es un lugar donde se almacena la información extraída de otros sistemas empresarios - transaccionales, bases de datos por departamento, la Intranet, etc. - a la que los usuarios relacionados con la empresa pueden acceder.

Antes de ser alojada allí la información debe extraerse, depurarse y prepararse. Una vez integrada la información, debe presentarse en forma comprensible para los usuarios. Esta visión orientada al usuario se la denomina visión del negocio.

El DW estructura los datos por temas principales de la empresa y no por proceso funcional, como es tradicional. En los sistemas tradicionales cada dato se actualiza con cada transacción, el valor anterior se pierde. En el DW el dato no se actualiza nunca ya que representa un valor insertado en el sistema en un momento determinado. El DW guarda la historia, el conjunto de valores que el dato tuvo a lo largo de su historia, por ello es fundamental asociar la referencia del tiempo a cada dato.

Esta visualización de los datos "históricos" de una empresa hace que el sistema deba cumplir con determinadas características:

- Independencia de las aplicaciones
- Son referidos a un momento en el tiempo, representativo de un ciclo del negocio
- Almacenados en una manera fácilmente accesible a personas sin conocimientos técnicos
- Generan un modelo
- Generan "mandatos".

c) Datamining

Lo definimos como un proceso de inferencia de conocimientos a partir de una enorme cantidad de datos. Surge a consecuencia de la inquietud de un grupo de personas que trabajaban en el campo de las bases de datos y descubrieron que en ellas se encontraba oculto un cierto conocimiento organizacional que merecía ser rescatado.

Podríamos señalar en términos sencillos que es un programa de inteligencia artificial que va navegando a través de todos los datos disponibles y pone en evidencia relaciones que escapan al ser humano. El programa es quien encuentra esas relaciones y tiene tres componentes principales:



1. Clasificación o Clustering: clasificación en la que se analiza un conjunto de datos y se genera un conjunto de reglas de agrupamiento para clasificar futuros conjuntos de datos. Se clasifican hechos y se provee al sistema de los síntomas que describen cada clase o subclase.
2. Reglas de asociación: las que implican ciertas relaciones de asociación entre objetos de la base de datos. Consiste, por ejemplo, en descubrir un conjunto de síntomas que generalmente se dan juntos en ciertas clases de hechos y luego se estudian las razones que subyacen en ellos. Requiere de la búsqueda interactiva en grandes bases de datos de transacciones, lo que es costosa de procesar.
3. Análisis de secuencia: que consiste en la búsqueda con el fin de descubrir patrones que ocurren en secuencia de sucesos. Se relaciona con los momentos de ocurrencia de cada suceso.

Las herramientas que hemos analizado han impactado en la generación de la información contable. Podríamos efectuar el correlato entre ésta y las herramientas mencionadas señalando que el proceso que implica "brindar información contable para la toma de decisiones" incluye diversas etapas, a saber:

1. Registro y acumulación de operaciones cotidianas -las transacciones- en una Base de Datos Relacional.
2. Creación de un Almacén de Datos -el Data Warehousing- que contenga agrupamientos de datos de acuerdo a ciertos criterios.
3. Obtención, mediante un paquete de Software específico de pautas o reglas que se infieren de los datos almacenados: Datamining.

3.2. La presentación de información contable en Internet

El número de empresas que presentan información financiera en sus sitios web va en aumento, desde extractos presentados conforme a distintos formatos, hasta copias literales de sus estados digitalizados.

Esta distribución de información contable vía Internet, según lo muestra un documento de la Asociación Española de Contabilidad y Auditoría del año 2000, reconoce una evolución que podría compendiarse en tres grandes etapas:

1er. etapa: en la que las empresas "duplicaron" el contenido de sus informes anuales, convirtiendo el papel impreso en papel electrónico, mediante el uso del formato PDF (Portable Document Format), logrando mayor accesibilidad y rapidez, aunque la utilización de este formato exige un soporte comercial, el Acrobat Reader, actualmente de uso gratuito.

2da. Etapa: los informes se traducen al formato HTML (HiperText Markup Lenguaje), el lenguaje general de la web. Esto facilita la incorporación de los informes a las páginas de cada entidad, con las ventajas de la navegación, mayor eficiencia con la posibilidad de integrar el texto con gráficos y enlaces a otros documentos.

3ra. Etapa: caracterizada por visualizar la necesidad de incorporar todos los avances técnicos con el fin de brindar al sistema que cada empresa utiliza la capacidad de analizar la información, compararla con estándares establecidos y con informes de diversas fuentes. Y es aquí en esta etapa donde incluimos las herramientas que hemos descrito en el punto anterior.



Numerosas son las investigaciones que se han realizado respecto al análisis de la información que las empresas publican en Internet.

Así por ejemplo Enrique Bonsón Pont, María Dolores Montañes Mancera y Mariano Sánchez Barrios en un artículo publicado sobre "Economía Digital y Contabilidad. Algunas consideraciones en torno a la distribución electrónica de información contable" muestran que:

- Cada vez es mayor el número de empresas que suministran información electrónicamente.
- El tamaño de la empresa y los usuarios esperados parecen ser factores que están relacionados a la decisión de publicar información contable en la web.
- Cuanto más selectiva es la muestra de acuerdo a los requerimientos para su determinación, mayor es el número de empresas que presenta información financiera digital.
- Un buen número de empresas, en especial en Estados Unidos, utiliza Internet como medio de comunicación con los inversores, dado su menor costo.
- La información facilitada suele incluir estados financieros trimestrales o semestrales, resúmenes de los últimos años, información medioambiental, ratios financieros, servicios de información a los inversores por e-mail, información de prensa, información sobre empleo y oportunidades de trabajo en la compañía, etc.

Asimismo los autores describen parte de las investigaciones que sobre el tema realizaron el Instituto Americano de Contadores Públicos -AICPA-, la Junta de Normas Contables Internacionales -IASB- el Instituto Canadiense de Contadores Públicos -CICA- y el Instituto de Contadores de Inglaterra y Gales -ICAEW-, y que en términos generales han arribado a las siguientes conclusiones:

1. Existe una tendencia a sustituir el concepto de periodicidad de la información por el nuevo concepto de reporting continuo, cercano al reporting en tiempo real.
2. Existe una tendencia a incluir indicadores no financieros.
3. Se advierte la necesidad de un marco que facilite la comparabilidad de la información contable.
4. Se destaca la necesidad de un lenguaje de reporting universal para facilitar la distribución electrónica y la utilización de la información contable.
5. El volumen, la complejidad y la velocidad de los flujos de información requieren que el reporting corporativo sea gestionado con técnicas de inteligencia artificial, incluso para seleccionar la información relevante según las necesidades de los diferentes usuarios.
6. Se propone el desarrollo de un código de conducta para el formato y los contenidos de los business reporting en la web.
7. Existe un énfasis en el futuro (hoy en el pasado).

Los autores señalan sus propias conclusiones entre las que destacamos:

- Necesidad de redefinir los mecanismos empleados para transmitir la información contable con técnicas digitales.
- Las empresas no necesitan ser motivadas, de hecho en la actualidad muchas lo hacen



sin estar obligadas.

- El uso adecuado de tales técnicas de comunicación permitiría grandes ventajas competitivas.
- Los contables y los auditores deben usar el poder de la web para integrar información procedente de diversas fuentes, suministrar navegación a través de esa información y hacerla transportable.
- Necesidad de una perspectiva internacional; por lo tanto se hace necesario una regulación tanto a nivel de contenidos como de formatos y en relación a la utilización de normas contables profesionales.
- Necesidad de desarrollar un nuevo modelo de auditoría continua para el reporting on line, en la medida en que la información será publicada con una periodicidad cada vez menor.
- Creciente importancia de Internet para las relaciones con los accionistas. Lo que lleva a cuestiones tales como la transmisión por videoconferencia de las juntas generales de accionistas; posterior distribución de la grabación de las mismas, implementación de sistema de voto por correo electrónico.

Otro trabajo que reclamó nuestra atención fue el que realizara Carlos Serrano Cinca, Yolanda Fuertes Callen y F. Chaparro Garcia, titulado "¿Por qué las empresas revelan información financiera por Internet?". Descubre que no existe una relación significativa entre la publicación de información en Internet y la rentabilidad de la empresa y sí revela una relación significativa entre las empresas más grandes y que han mejorado sus beneficios y la publicación de información de calidad en Internet.

No obstante, y a pesar de que estas relaciones son significativas, los resultados son bajos, lo que implica que más allá del tamaño o de que la empresa haya mejorado sus beneficios, hay otras razones, probablemente relacionadas con la estrategia de la empresa ante Internet que justifican que estas empresas presenten más información y de mayor calidad.

El trabajo identificó diferentes variables que tratan de sintetizar aspectos tales como la forma de presentar la información financiera, el tipo de empresas, los directivos y su estrategia, ratios financieros, gráficos, relaciones con los accionistas e inversores, enlaces y noticias sobre la empresa y el sector, facilidad de uso y navegación, controles y estándares de seguridad.

Si bien las entidades examinadas son las del índice bursátil IBEX-35 que engloba los treinta y cinco valores más líquidos que cotizan en la Bolsa de España y las cajas de ahorro Españolas, las conclusiones y las variables aplicadas son de mucha utilidad.

Otro trabajo consultado fue el de Enrique Bonsón Ponte y Tomás Escoban Rodríguez "El reporting digital en la Europa del este e Islandia. Un estudio empírico". En él se manifiestan dos objetivos primordiales:

- 1) Detectar el nivel de utilización de Internet para la revelación voluntaria por parte de las principales empresas de los países del este de Europa e Islandia.
- 2) Identificar empíricamente si el sector, la localización geográfica o el tamaño de las empresas pueden influir sobre el mayor o menor nivel de contenidos de la información suministrada.



Se abordaron tres hipótesis en sentido positivo como condicionantes del nivel de información proporcionado a través de Internet:

- a) El sector en el que la empresa opera.
- b) La localización geográfica/cultura de la misma.
- c) El tamaño.

Se trabajó con un índice de transparencia compuesto por distintas variables y se extrajeron algunas conclusiones importantes:

- Con carácter general, los resultados obtenidos por las empresas de Europa del este e Islandia son sensiblemente inferiores a los obtenidos por las empresas de los países de la Unión Europea.
- La información financiera sigue siendo el núcleo del reporting digital.
- Es mayor el uso de la normativa internacional respecto a la Unión Europea, ya que algunos países la tomaron como propia.
- Las puntuaciones alcanzadas se concentran en las primeras variables del índice.
- Estos países siguen la tendencia de la Unión Europea de proporcionar información a través de servidores corporativos.

Asimismo muy interesante nos resultó un artículo que lleva como título "La divulgación de información financiera a través de Internet: la experiencia de las corporaciones locales europeas" que explica un trabajo de Ana Cárcaba García y Jesús García García de la Universidad de Oviedo, en el que se realiza un análisis del desarrollo de la comunicación financiera digital en las corporaciones locales europeas y se introducen sugerencias para profundizar el desarrollo del enfoque comunicacional con estas organizaciones. Los aspectos fundamentales son:

- Exposición desde el plano teórico de la situación en la que se encontraba el debate acerca de la divulgación digital de la información financiera, con una especial atención al subsector público local.
- Análisis crítico de la divulgación de información financiera pública en Internet, procediendo al examen de los sitios web correspondientes a una muestra de municipios españoles y del resto de Europa.

Las principales conclusiones derivadas del trabajo son:

"La difusión de la información financiera de las entidades públicas locales a través de Internet tiene un largo camino por recorrer y es evidente que la mayoría de los entes no se han percatado aún del gran potencial comunicador que supone la utilización de las nuevas tecnologías.

La posibilidad de una menor periodicidad en los informes, el establecimiento de un diálogo permanente o la reducción de costes en la comunicación, son sólo algunas de las ventajas desaprovechadas por un todavía elevado número de entes locales.

La difusión electrónica de su información a ciudadanos y organismos no es tan completa como se desearía, siendo ésta una circunstancia observable no sólo en los municipios españoles, sino también en las grandes capitales europeas".

Al abordar la problemática en Argentina se trabajó con el Informe Final de Investigación



del Área Contabilidad del año 2004 del CECyT de la FACPCE. Esta comisión revisó investigaciones realizadas en otros países y trabajó empíricamente en el relevamiento, análisis y sistematización de la información existente en Internet referida a las ciento seis sociedades que integran el Panel General del Mercado de Valores de Buenos Aires.

El informe demuestra que nuestro país no es ajeno a este proceso, pues las empresas están presentando información contable en Internet, utilizando diferentes plataformas. El informe evidencia, además, la diversidad que existe en los contenidos y formatos de la información publicada y pone de manifiesto la falta de confiabilidad de la información financiera publicada en Internet. Propone la elaboración de un Código de Buenas Prácticas para evitar este inconveniente.

Además, y con el objetivo de minimizar la diversidad de contenidos y formatos de la información publicada, plantea el diseño de un "Modelo para la Presentación de Información Financiera en Internet", clasificando a la información divulgada por la compañía en dos grandes grupos:

- Información auditada;
- Información no auditada.

La revisión de las investigaciones realizadas sobre la presentación de información contable en Internet nos permitió identificar algunas cuestiones básicas que se repiten como inconvenientes en la mayoría de las empresas al momento de tomar la decisión de publicar información en Internet y que resumimos de la siguiente forma:

- Las empresas persiguen objetivos diferentes detrás de la publicación de información en la web y en consecuencia, el contenido de la información publicada es muy diverso en respuesta a los objetivos específicos de cada uno.
- El formato utilizado para la publicación varía de una empresa a otra, de una actividad a otra, de un país a otro y esto dificulta el acceso a la información y no permite su comparabilidad.
- Generalmente, la necesidad de publicar información en internet tiene una relación directa con el tamaño de la empresa y la generación de resultados. Se comprueba que a mayor tamaño o ante resultados positivos crecientes, las empresas deciden comenzar a utilizar la web aunque con diferentes fines como ya se explicitó anteriormente.

A partir de lo expuesto se detectan dos variables que se presentan como determinantes al momento de la publicación:

- 1) El sector al que pertenece el ente y
- 2) El tamaño del ente.

La determinación de esta última variable despierta un interrogante: ¿Cómo definir el tamaño del ente?. La búsqueda de una respuesta generó la posibilidad de trabajar con cuatro parámetros para definirlo:

- Monto del Activo
- Monto del Pasivo
- Volumen de ventas
- Cantidad de personal.



4. CONCLUSIONES

De lo expuesto, podemos concluir:

- Existe acuerdo general en que la información financiera no alcanza hoy a satisfacer las expectativas de los usuarios. Los estados financieros no capturan los "value drivers" que dominan a la nueva economía. Es por ello que son vistos como necesarios, pero no como suficientes para poder medir y analizar el desempeño de las empresas.
- En los últimos años numerosos autores han efectuado propuestas tendientes a acortar la brecha existente entre la información provista por los estados contables y la requerida por los usuarios. Asimismo, los organismos emisores de normas han realizado esfuerzos concretos tendientes a ampliar el contenido de los informes financieros. Parece existir consenso en cuanto a que los informes contables deberían incluir: información prospectiva, información sobre las estrategias y planes de la gerencia, información sobre los conductores de valor a largo plazo, medidas no financieras de desempeño y más información sobre activos intangibles.
- En nuestro país, los usuarios disponen de información adicional a la contenida en los estados contables, ya sea por requerimientos legales -tal es el caso de la memoria de los administradores que acompaña a los estados contables según lo dispone la Ley de Sociedades Comerciales-, por exigencias de los organismos de contralor, o bien por decisión de las empresas que voluntariamente suministran información que perciben como relevante a través de sus páginas web. No obstante, la presentación de información dispersa y en distintos formatos dificulta la evaluación de la historia reciente del emisor y sus perspectivas futuras.
- La presentación de un informe integral sobre el negocio, que incluya a los estados contables, podría ayudar a los usuarios a efectuar mejores evaluaciones sobre la performance de la empresa, su posición y sus perspectivas futuras. Este informe debería proveer información financiera y no financiera sobre el negocio del emisor necesaria para satisfacer los requerimientos de información de los acreedores e inversores.
- Para que estos informes sean realmente útiles es necesario que previamente se elaboren reglas que permitan homogeneizar su contenido y forma, teniendo en consideración las características particulares de los distintos sectores de la actividad económica, como así también, el tamaño del ente. Consideramos que el informe debería:
 - Explicar la naturaleza del negocio
 - Tener una orientación hacia el futuro
 - Proveer el punto de vista de los administradores
 - Poner énfasis en los factores que crean valor a largo plazo
 - Integrar las perspectivas de corto y largo plazo
 - Cumplir con los atributos de la información
- Los avances tecnológicos en informática generan la necesidad de lograr consenso respecto a la aceptación de standards de codificación de datos, programas y recursos utilizables. En este sentido, Internet y sus lenguajes de aceptación universal tales como HTML o XML son ejemplos de lo expuesto. La estandarización de datos y su cada vez más ágil transferencia derivará sin dudas en la optimización de la información decisional en tiempo y calidad y en consecuencia contribuirá al mejor posicionamiento de la empresa en términos de competencia.



- Diversos estudios e investigaciones demuestran que cada vez es mayor el número de empresas que suministran información electrónicamente. Especial atención merecen los estudios realizados por el AICPA, el IASB, el CICA y el ICAEW que ponen de manifiesto que existe una tendencia a sustituir el concepto de periodicidad de la información por el nuevo concepto de reporting continuo, cercano al reporting en tiempo real.
- Las investigaciones consideradas, en general concluyen en la necesidad de:
 - Redefinir los mecanismos empleados para transmitir la información contable con técnicas digitales.
 - Establecer un marco regulatorio tanto a nivel de contenidos como de formatos.
- Se observa que las empresas persiguen objetivos diferentes detrás de la publicación de información en la web y, en consecuencia, el contenido de la información publicada es muy diverso en respuesta a los objetivos específicos de cada una. Asimismo, el formato utilizado para la publicación varía de una empresa a otra, de una actividad a otra, de un país a otro y esto dificulta el acceso a la información y no permite su comparabilidad.
- Las investigaciones muestran que el sector de actividad y el tamaño del ente, son variables relevantes en los que hace al contenido, forma y calidad de la información divulgada.

5. BIBLIOGRAFIA

- AICPA, *Improving Business Reporting – A Customer Focus* (New York: AICPA, 1994). Disponible en Internet en <http://www.aicpa.org/members/div/acctstd/ibr/index.htm>
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN (AECA, 2002), "Documentos AECA, Serie: Nuevas Tecnologías y Contabilidad. Documento N° 1". 1ra. edición. Noviembre 2002
- BERTOLINO, Gisela y Otros, *El Capital Intelectual. El punto de vista de los administradores*, Informes de Investigación, Año 4 Nro. 6, publicación del Instituto de Investigaciones Teóricas y Aplicadas de la Escuela de Contabilidad de la Universidad Nacional de Rosario, Junio 2004.
- BONSÓN PONTE, Enrique, MONTAÑES MANCERA, María Dolores, SÁNCHEZ BARRIOS, Mariano. (2000) "*Economía Digital y Contabilidad. Algunas consideraciones en torno a la distribución electrónica de Información Contable*". Trabajo presentado en Asepu, realizado en Canarias (España)
- BONSON PONTE, Enrique; ESCOBAN RODRÍGUEZ, Tomás. "*El Reporting Digital en la Europa del Este e Islandia. Un estudio empírico*" Trabajo realizado en el marco del Proyecto de Investigación BEC 2001-3356 del Plan Nacional I+D+I (2000-2003) del Ministerio de Ciencia y Tecnología. 2001
- BONSON, E.: "*The International Journal of Digital Accounting Research*". Universidad de Huelva. España - Vol. 1, Nro. 2, pp.101-110.-
- F.A.S.B. "*Improving Business Reporting: Insights into Enhancing Voluntary Disclosures*" Norwalk: FASB, 2001. Disponible en internet en <http://www.fasb.org>
- LEADBEATER, Charles, *New Measures for the New Economy* (Londres: Institute of Chartered Accountants in England & Wales, Marzo 2000. Disponible en Internet en <http://www.icaew.co.uk/publicassets/00/00/05/99/0000059908.pdf>



- LAUDON, K, y LAUDON, J. (1994): *"Administración de los sistemas de información. Organización y tecnología"*, Editorial. Prentice Hall, Hispanoamericana, México.
- REPETTO, L.(2004). *"XBRL y su implementación en Argentina"*. Tesina de la carrera Licenciatura en Administración de Empresas – Facultad de Ciencias Económicas y Estadística. U.N.R.
- SERRANO CINCA, Carlos; FUERTES CALLEN, Yolanda; CHAPARRO GARCIA, F. *"Porque las empresas revelan Información Financiera por Internet"* Trabajo presentado en Asepuc. Canarias. España. 2000
- VERON, C. y otros (Investigadores del área de contabilidad del CECYT – FACPCE, 2004): *"La presentación de información contable en interne: situación actual y perspectivas en el ámbito nacional"*. 15º Congreso Nacional de Profesionales en Ciencias Económicas, Salta.
- Wayne S. Upton Jr., *Business and Financial Reporting. Challenges from the New Economy* Disponible en Internet en http://www.fasb.org/articles&reports/sr_new_economy.pdf (FASB, 2001).