

OXFORD REFERENCE SHELF (1999), Concise Dictionary of Law, version CD-ROM.

OXFORD REFERENCE SHELF (1999), Dictionary of Computing, version CD-ROM.

PIRES, M. (1984), "Da dupla tributação jurídica internacional sobre o rendimento", Centro de Estudos Fiscais, Lisboa.

RIBEIRO, J. (1991), Lições de Finanças Públicas, 4ª Edição, Coimbra Editora.

TAX HAVENS (2000), Tolley Publishing Company Limited.

VOGEL, K. (1997), Double Taxation Conventions, 3rd edition, Kluwer Law International.

XAVIER, A. (1997), Direito Tributário Internacional, Almedina, Coimbra.

ANEXO A

(Artigo 4 do Modelo de Convenção Fiscal relativo ao Rendimento e à Fortuna da OCDE)

Article 4: Resident	Artigo 4: Residente
<p>1. For the purposes of this Convention, the term "resident of a Contracting State" means any person who, under the laws of that State, is liable to tax therein by reason of his domicile, residence, place of management or any other criterion of a similar nature, and also includes that State and any political subdivision or local authority thereof. This term, however, does not include any person who is liable to tax in that State in respect only of income from sources in that State or capital situated therein.</p> <p>2. Where by reason of the provisions of paragraph 1 an individual is a resident of both Contracting States, then his status shall be determined as follows:</p> <p>a) he shall be deemed to be a resident only of the State in which he has a permanent home available to him; if he has a permanent home available to him in both States, he shall be deemed to be a resident only of the State with which his personal and economic relations are closer (centre of vital interests);</p> <p>b) if the State in which he has his centre of vital interests cannot be determined, or if he has not a permanent home available to him in either State, he shall be deemed to be a resident only of the State in which he has an habitual abode;</p> <p>c) if he has an habitual abode in both States or in neither of them, he shall be deemed to be a resident only of the State of which he is a national;</p> <p>d) if he is a national of both States or of neither of them, the competent authorities of the Contracting States shall settle the question by mutual agreement.</p> <p>3. Where by reason of the provisions of paragraph 1 a person other than an individual is a resident of both Contracting States, then it shall be deemed to be a resident only of the State in which its place of effective management is situated.</p>	<p>1. Para efeitos desta Convenção, a expressão "residente de um Estado Contratante" significa qualquer pessoa que, por virtude da legislação desse Estado, está aí sujeita a imposto, devido ao seu domicílio, à sua residência, ao local de direcção ou a qualquer outro critério de natureza similar. Todavia, esta expressão não inclui qualquer pessoa que está sujeita a imposto nesse Estado apenas relativamente ao rendimento de fontes localizadas nesse Estado.</p> <p>2. Quando, por virtude do disposto no n.º 1, uma pessoa singular for residente de ambos os Estados Contratantes, a situação será resolvida como segue:</p> <p>a) Será considerada residente do Estado em que tenha uma habitação permanente à sua disposição. Se tiver uma habitação permanente à sua disposição em ambos os Estados, será considerada residente do Estado com o qual sejam mais estreitas as suas relações pessoais e económicas (centro de interesses vitais);</p> <p>b) Se o Estado em que tem o centro de interesses vitais não puder ser determinado, ou se não tiver uma habitação permanente à sua disposição em nenhum dos Estados, será considerada residente do Estado Contratante em que permaneça habitualmente;</p> <p>c) Se permanecer habitualmente em ambos os Estados, ou se não permanecer habitualmente em nenhum deles, será considerada residente do Estado de que for nacional;</p> <p>d) Se for nacional de ambos os Estados, ou se não for nacional de nenhum deles, as autoridades competentes de ambos os Estados resolverão o caso de comum acordo.</p> <p>3. Quando, por virtude do disposto no n.º 1, uma pessoa, que não seja uma pessoa singular, for residente de ambos os Estados Contratantes, será considerada residente do Estado em que estiver situada a sua direcção efectiva.</p>

CF-40. MEJORAS NECESARIAS EN LA INFORMACIÓN FINANCIERA ESPAÑOLA FRENTE A LAS NORMAS INTERNACIONALES: LA INFORMACIÓN SEGMENTADA

José Luis Arquero Montaña (arquero@us.es)

José Miguel Rico Iglesias (jrico@us.es)

Universidad de Sevilla

Departamento de Contabilidad y Economía Financiera

RESUMEN:

La necesidad de armonización contable es un hecho que ha motivado a la UE a iniciar un claro camino hacia la conformidad con las Normas Internacionales de Contabilidad del IASC. Por otro lado, las empresas en busca de financiación en los mercados de capitales de los EE.UU., deben complementar su información financiera y adaptarla a los requerimientos de su normativa contable. Uno de los aspectos en los que se encuentra una mayor divergencia entre la normativa contable española y las normas de referencia, es el de la información segmentada. La norma española requiere de un bajo nivel de información en comparación con las NIC y las normas del FASB. En este sentido las empresas españolas deberán hacer un gran esfuerzo por mejorar la información segmentada que aparece en sus cuentas anuales, por un lado, como consecuencia de las exigencias de adaptación a las NIC y a la normativa del FASB y, por otro, en aras de mejorar la calidad de la información ofrecida a sus inversores y su imagen corporativa en los mercados.

PALABRAS CLAVE: Información segmentada, normas internacionales, contabilidad.

1. INTRODUCCIÓN.

En la Unión Europea, la legislación contable adoptada en los años 70, estableció un nivel básico de armonización que supuso una mejora importante de la calidad de la información financiera publicada. Sin embargo, la evolución del sistema económico mundial y la internacionalización de los mercados requiere de un grado de comparabilidad de la información contable mucho mayor del que puede obtenerse con la normativa actual. Además, ésta ha quedado parcialmente obsoleta, en la medida en que carece de soluciones para situaciones y operaciones que han ido haciéndose cada día más comunes.

Así, como mínimo para las empresas con cotización oficial, es preciso adoptar un nuevo enfoque que permita dar respuesta a las necesidades de un mercado europeo de capitales y servicios financieros plenamente integrado. En este sentido, la Unión Europea, en su estrategia contable de 1995, indica la intención de adoptar las normas internacionales de contabilidad (NIC) como estándar aplicable a partir del año 2005; decisión ratificada por el Consejo Europeo de Lisboa, consciente de que este conjunto de empresas debe estar sujeto a unos requisitos más exigentes de información a los inversores y precisa de un sistema de información financiera que ofrezca un nivel mucho más alto de transparencia y comparabilidad. En opinión de la UE, las NIC proporcionan un grupo completo y conceptualmente robusto de normas para la información financiera específicamente destinada a responder a las necesidades de la comunidad empresarial internacional. El último paso, hasta el momento, de este proceso es la Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a la aplicación de las Normas Internacionales de Contabilidad.

En su exposición de motivos, la Propuesta de Reglamento indica que la UE no intentará elaborar un grupo distinto de normas contables, lo que iría en contra de la tendencia a la globalización de los mercados financieros y debilitaría la capacidad de conseguir capital por parte de las empresas de la UE en los mercados de terceros países. Por el contrario se establece un mecanismo para incorporar las NIC reduciendo al máximo el riesgo de las variaciones nacionales que no se correspondan con las necesidades de los mercados y puedan entorpecer el establecimiento de un único juego de normas, así como la aplicación irregular o las demoras injustificadas en la transposición al derecho nacional. Por este mecanismo, desarrollado en los artículos 3 y 6 de la Propuesta, la Comisión supervisará la adopción de nuevas normas e interpretaciones, interviniendo solamente cuando éstas contengan deficiencias importantes o no cubran características específicas para el ámbito económico o legal de la UE. Así, la comisión, asistida por el Comité regulador de contabilidad, debe decidir sobre la adopción y aplicabilidad de las Normas Internacionales de Contabilidad.

Como paso previo a este proceso, la Comisión se planteó un examen comparativo de las NIC con las directivas. Como resultado del mismo, se puso de manifiesto que existen normas internacionales (NIC) cuyo contenido no se contempla, o se hace en una profundidad mucho menor en las directivas.

Otro conjunto de normas de gran relevancia es el emitido por el organismo regulador estadounidense, el FASB. La importancia de estas normas no deriva, como en el caso anterior, por que vayan a ser la normativa de referencia en la UE, sino porque las empresas en busca de financiación en los mercados de capitales de los EE.UU. deben complementar su información financiera y adaptarla a los requerimientos de su normativa (formulario 20-f).

Si la adaptación a las NIC, o a los requisitos de la normativa americana, puede ser costosa para las empresas, lo será aún más en aquellos aspectos en que las normas comunitarias y nacionales difieren sustancialmente de las normas internacionales. A nuestro juicio uno de los aspectos, de tremenda relevancia, en los que la normativa comunitaria, y particularmente la española, es mucho menos precisa y exigente es el de la Información por Segmentos.

2. INFORMACIÓN SEGMENTADA: CONCEPTO Y VENTAJAS.

El interés de estas reformas se centra en las entidades que cotizan en mercados, por lo que la exigencia de conformidad con las NIC, o en su caso con las normas del FASB, afecta especialmente¹ a grupos de empresas con estructuras relativamente complejas, fruto de procesos de crecimiento combinados, que operan en diferentes líneas de negocio y mercados geográficamente dispersos a través de múltiples sociedades.

Como es lógico, el hecho de que haya partes de la actividad global que se realicen por organizaciones jurídicamente independientes, no significa que el análisis de cada una de ellas por separado tenga interés. De hecho, como se refleja en el espíritu de la normativa contable, los estados contables consolidados constituyen el único medio de obtener una visión de la realidad económica del conjunto, en la medida en que, no sólo proporcionan una visión globalizada del patrimonio, situación financiera y resultados del grupo, sino también neta, una vez canceladas las posiciones y transacciones desarrolladas en el interior del grupo.

Sin embargo, no es menos cierto que, cuando un grupo o una empresa se diversifica, la información que suministran sus estados financieros es más difícil de interpretar, ya que procede de la agregación de diferentes líneas de actividad, mercados, etc. que pueden presentar características diferentes en cuanto a rentabilidad, riesgo u oportunidades de crecimiento; llegando a compensar resultados de diferente signo. En este sentido, hay que tener en cuenta que, cuando se analiza la información publicada por una empresa, se presta atención al marco en que se desarrolla su actividad, evaluando los resultados obtenidos en función del sector al que pertenece y comparando los datos con otras empresas similares. Esto, en el caso de una organización muy diversificada, es imposible; incluso si, en el caso del grupo, se procede al análisis de los estados individuales de las empresas que lo componen.

Para ilustrar la afirmación anterior, vamos a citar dos ejemplos, de los muchos posibles: Renault y Siemens.

RENAULT, Inicialmente parece un grupo que no es excesivamente complejo. Sin embargo, las cuentas consolidadas del grupo (ejercicio 1999) incluyen la información de 172 sociedades principales (146 por integración global, 8 por integración proporcional y 18 por puesta en equivalencia) repartidas por toda Europa (incluyendo la mayor parte de los países del Este), América y Japón (debido a la compra de Nissan).

Entre las sociedades, cuyo listado se presenta en el informe anual, hay empresas dedicadas a la producción y comercialización, financieras, inmobiliarias, aseguradoras, etc.

SIEMENS es un grupo alemán cuya actividad se realiza en el sector eléctrico. Sin embargo, bajo ese único nexo de unión se encuentran negocios tan dispares como el diseño y fabricación de máquinas de tren, circuitos integrados flexibles, telefonía móvil, ordenadores, redes de alta tensión, hardware y software para ingeniería médica, redes de comunicación, sistemas eléctricos y electrónicos para automoción, soluciones para sistemas de producción automáticos, accesorios de iluminación, etc.

¹ La exigencia se plantea para las cuentas consolidadas de las empresas que coticen o estén preparando un folleto de oferta pública con vistas a la admisión a cotización; no obstante, se permitirá que los Estados Miembros exijan o acepten, según su criterio, que las empresas sin cotización empleen este juego de normas. Explícitamente se recoge la posibilidad de ampliar este requisito al sector de seguros y bancario.

Fuente: Informes anuales de las compañías citadas.

De la complejidad que llegan a tener las actividades de estas empresas y grupos, se desprende la necesidad de que se faciliten información desagregada por zonas, líneas de producto, etc. que **complemente** la información global, permitiendo que los usuarios cuenten con información relevante sobre las diferentes actividades de la empresa. Esto se consigue identificando las distintas actividades que desarrolla la firma y agrupando las que tengan características similares en conjuntos homogéneos. Estos conjuntos se denominan **segmentos**, definido como un "componente identificable que agrupa operaciones homogéneas entre sí y diferentes en algún aspecto clave de otras operaciones, que por tanto quedan agrupadas en otro segmento". La información económico-financiera desglosada en base a estos segmentos es lo que se conoce como **información segmentada**. Esta información desagregada permitiría comprender mejor cómo se ha llegado a la posición financiera y se han logrado los resultados actuales. Igualmente, un mayor conocimiento de las actividades, y su contribución a los resultados permitiría evaluar mejor las perspectivas futuras.

Así, antes de poder evaluar los riesgos asociados a la organización y su proyección futura, los acreedores, inversores y analistas necesitan conocer la naturaleza de las actividades de la organización y cómo ésta gestiona los negocios. Del mismo modo, para valorar la solvencia, liquidez y rentabilidad de la compañía, es esencial conocer hasta qué punto su actividad depende de algunos productos, áreas geográficas o de ciertos clientes clave; dado que, en casos de alta dependencia, los ingresos pueden descender repentinamente por una decisión incontrolable y que depende de pocas personas.

Desde un enfoque de utilidad de la información, se indican las siguientes ventajas para la divulgación de información segmentada:

- Permite una mejor predicción de los resultados futuros
- Permite una mejor evaluación del riesgo y, como consecuencia
- Mejora la toma de decisiones por los usuarios externos de la información

Además, la mayor información a disposición de los usuarios contribuye a reducir el coste de capital de las empresas, lo que repercute en el precio de los títulos, beneficiando a la empresa y a sus accionistas.

3. LA NORMATIVA ESPAÑOLA FRENTE A LAS NORMAS INTERNACIONALES.

Demostrada la utilidad de esta información, lo lógico es que la normativa contable regule adecuadamente su publicación, al menos para las empresas que cotizan. Este es el caso del Reino Unido (SSAP 25), EE.UU. y Canadá (SFAS 131), Australia (AASB 1005) o la normativa internacional (IAS-NIC 14r). Frente a estos estándares, bastante precisos y completos, la normativa española presenta dos características: dispersión e insuficiencia.

- La normativa española.

La norma española al respecto puede encontrarse en cuatro sitios: Ley de Sociedades Anónimas (art. 200-8), P.G.C. (contenido de la memoria, punto 17.2), Código de Comercio (art. 48-8) y R.D. 1815/1991 sobre normas para la formulación de cuentas consolidadas (contenido de la memoria, punto 21) en los cuales, prácticamente, se repite lo mismo: en la memoria deberá proporcionarse información sobre: "la distribución del importe neto de la cifra de negocios correspondiente a las actividades ordinarias de la sociedad, o el grupo, por categorías de actividades, así como por mercados geográficos, en la medida en que, desde el punto de vista de la organización de la venta de productos y de la prestación de servicios correspondientes a las actividades ordinarias, esas categorías y mercados difieran entre sí de una forma considerable".

Así, la normativa vigente en nuestro país utiliza dos criterios de segmentación:

- (I) grupos de actividades y
- (II) áreas geográficas atendidas.

En ningún caso se define qué se entiende por segmento, qué criterios se han de seguir para asignar operaciones a uno u otro segmento, o sobre cuántos segmentos ha de proporcionarse información. Además, se contempla la posibilidad de omitir esta información para todas las empresas que pueden presentar memoria abreviada o, simplemente, si de su publicación puede resultar un perjuicio para la empresa. Esta posibilidad hace que sea

posible encontrarse un amplio abanico, en cuanto a la cantidad y calidad de la información proporcionada en este punto. Como ejemplo, podemos poner las cuentas de **El Aguila** (tanto individuales como consolidadas) que en los puntos correspondientes de la memoria y memoria consolidada del ejercicio 1999 indica:

(18) Importe neto de la Cifra de Negocios.

El importe neto de la cifra de negocios corresponde a la actividad ordinaria de la Sociedad que se desarrolla principalmente en el mercado nacional.

Si bien es cierto que su actividad principal es la elaboración y venta de cerveza, no es menos cierto que trabaja en segmentos de producto-mercado que difieren entre sí y que, con mucha probabilidad sí utiliza información segmentada a efectos de control interno.

Telefónica es un caso interesante, dado que puede compararse la información ofrecida en España con la ofertada a la SEC para cotizar en la NYSE. La información publicada en la CNMV presenta un desglose relativamente completo por áreas de actividad, aunque omite la distribución por mercados. Pese a la importancia de los negocios internacionales del grupo Telefónica, no se explicita en la memoria la distribución de la cifra de negocios por áreas geográficas. De hecho, esta empresa distingue en el informe de gestión y el resto de la literatura las operaciones realizadas en América Latina de las realizadas en Europa y zona mediterránea. Por lógica, debería presentarse una distribución de los ingresos en, al menos, tres segmentos: España, resto de Europa más zona mediterránea, y Latinoamérica, pero esta información se obvia sin más explicaciones.

En los casos anteriores, podemos comprobar que, aunque es posible, leyendo atentamente el informe de gestión y los anexos a la memoria, completar algo los datos y hacerse una idea de la proyección de algunas partes del negocio, en la nota dedicada a la información segmentada, la información requerida por la normativa española es bastante limitada, dejando al arbitrio de la empresa la presentación pormenorizada de los datos que, en todo caso se limitan a cifras de ingresos.

- Normas Internacionales del IASC (NIC 14r).

La NIC 14, revisada en 1997, hace una primera clasificación, definiendo qué entiende por segmento de negocio y por segmento geográfico:

Segmento de negocio es un componente identificable de la empresa, encargado de **suministrar un producto, servicio**, o conjunto relacionado de ellos, que se caracteriza por estar sometido a **riesgos y rendimientos** de naturaleza diferente a los que corresponden a otros segmentos de actividad dentro de la misma empresa.

Lo esencial a la hora de distinguir un segmento de negocios de otro, no es únicamente que los productos o servicios difieran en su naturaleza, sino que de esas diferencias deriven **riesgos o rendimientos** diferentes. Para ayudar a la identificación de los segmentos, y a la asignación de actividades a uno u otro, se proponen los siguientes factores:

- a) la naturaleza de los productos o servicios
- b) la naturaleza de los procesos de producción
- c) el tipo o categoría de cliente de los productos o servicios
- d) los métodos usados para distribuir los productos o prestar los servicios
- e) la naturaleza del entorno regulado

Segmento geográfico es un componente identificable de la empresa, encargado de suministrar productos o servicios dentro de un **entorno económico específico**, que se caracteriza por estar sometido a **riesgos y rendimientos** de naturaleza diferente a los que corresponden a otros componentes empresariales que operan en otros entornos diferentes.

La delimitación del área geográfica no se basa necesariamente en la cercanía, sino en la similitud del entorno económico, que deriva en la existencia de riesgos y rendimientos diferentes. En este sentido puede asimilarse más, por ejemplo, Filipinas a Guatemala que a Japón, geográficamente más cerca. De este modo, la NIC 14r propone los siguientes factores a tener en cuenta para identificar los segmentos geográficos:

- a) la existencia de condiciones económicas y políticas similares
- b) las relaciones entre las explotaciones de diferentes áreas geográficas

- c) la proximidad espacial de las actividades
- d) los riesgos especiales asociados con las explotaciones en áreas específicas
- e) las regulaciones sobre control de cambios
- f) los riesgos de cambio subyacentes

De este modo, un segmento geográfico puede ser un país, dos o más países, o bien, una región dentro de un país determinado. Por otro lado, la existencia de riesgos o rendimientos diferentes puede provenir tanto de la diferente **localización de las explotaciones** (dónde se fabrican los productos o residen las organizaciones que prestan los servicios) como de la **localización de los mercados** (dónde se venden los productos o se prestan los servicios); por lo que el IASC admite que la identificación de los segmentos se base en:

- (I) la localización de la producción de la empresa o los recursos y otros activos necesarios para prestar los servicios, o bien
- (II) la localización de los mercados y clientes

Como vemos, la normativa internacional es bastante más completa, en la medida en que aporta criterios para la identificación de los segmentos. Aún más, indica dos alternativas iniciales de segmentación, negocio o geográfica, y dentro de la última otras dos (origen o destino). Ante varias posibilidades, se plantea la siguiente cuestión: **¿Cómo saber cuál de estas divisiones es la fuente primaria de variaciones en el riesgo y en los rendimientos?** El IASC indica que normalmente, la **estructura informativa interna** de la empresa proporciona la evidencia sobre la principal fuente de estas variaciones. Así, es el sistema de información interno de la empresa el que, salvo prueba en contrario, indica cuál de los propuestos ha de ser el criterio de segmentación principal (**primario**). En cuanto a la adscripción de operaciones o zonas a uno u otro segmento, el IASC indica que el criterio a seguir es el de homogeneidad intra segmento, de forma que en un mismo segmento no pueden aparecer operaciones o zonas que sean significativamente diferentes en cuanto a riesgo o rendimiento; lo que en términos operativos puede resolverse analizando la discrepancia que pueda existir en cuanto a los factores indicados para la identificación de segmentos.

Si la deficiencia de información reduce la utilidad de la misma, igual ocurre con la sobrecarga. Ni en un caso ni en el otro es factible informar de todos los posibles segmentos; además hay que considerar los costes para la empresa. Por tanto, es conveniente introducir otro concepto, que podemos denominar **segmento significativo** (*reportable segment*). Las condiciones que debe cumplir un segmento para que se considere informar sobre él son²:

- a) la mayor parte de sus ingresos se obtienen de ventas a clientes externos
- b) los ingresos por ventas (tanto al exterior como intra grupo) son el 10% o más de las ventas
- c) los resultados, tanto beneficios como pérdidas, del segmento son el 10% de los resultados conjuntos de ese signo (suma de los beneficios o suma de las pérdidas, según el caso)
- d) los activos son el 10% o más de los activos de todos los segmentos

Con la introducción de estos límites cuantitativos, se intenta evitar por un lado la sobre-información y por otro que segmentos cuantitativamente relevantes se integren para evitar informar sobre ellos. No obstante, es posible que un segmento concreto sea considerado de interés, a pesar de no cumplir los requisitos cuantitativos. La NIC 14r permite que la empresa muestre información sobre segmentos que no cumplen los mínimos. Igualmente, para asegurar que se informa sobre un número significativo de segmentos, se impone otra condición: los segmentos identificados deben suponer al menos el 75% de los ingresos al exterior de la compañía. Si no es así, deben seguir identificándose segmentos, aunque no cumplan los mínimos hasta que se llegue a ese 75%.

Evidentemente, hay actividades de la empresa que no quedan reflejadas en un segmento significativo. Estas actividades pueden agruparse, siempre que sean homogéneas, en un segmento significativo, o en caso contrario, se aglutinan en una partida que permite la conciliación con los datos del total.

Como se ha indicado anteriormente, la NIC pide que los segmentos significativos obtengan la mayor parte de sus ingresos de clientes externos. ¿Qué ocurre entonces con empresas integradas verticalmente? La propia norma contempla el caso de las empresas de petróleo, en las que las actividades de exploración y extracción son

² También denominados **criterios de materialidad**. Recordemos que la materialidad es una característica cualitativa de la información referente al umbral o punto a partir de cual se estima que dicha información tiene capacidad para influir en una decisión, son umbrales fijados *ex ante*. Un concepto similar es el principio de **importancia relativa**, aunque en este caso el criterio es fijado *ex post*.

consideradas como un negocio aparte del refino y venta; y por tanto, se consideran segmentos diferentes, aún cuando la práctica totalidad de las ventas del primero son internas. La norma, en estos casos de integración vertical, permite la información de estos segmentos, con la condición de que se indiquen los sistemas de formación de los precios de transferencia inter segmento.

Una vez definidos los segmentos sobre los que informar, la siguiente cuestión es qué información proporcionar. En este sentido, la NIC establece la obligación de presentar información sobre los segmentos identificados en base a los dos criterios (primario y secundario), aunque la cantidad de información a suministrar en base al criterio secundario es mucho menor.

Las siguientes tablas especifican la información que se debe publicar para cada segmento significativo, en función de cual de las posibilidades se establece como criterio primario. La primera columna indica la información relativa a los segmentos primarios, la segunda columna, indica la información a suministrar para los segmentos secundarios.

<p>Criterio primario: Segmento por actividad Ingresos de clientes externos Ingresos de transacciones con otros segmentos Resultado Valor contable de los activos Pasivos Inversiones en inmovilizado (exc. Fcieros) Amortizaciones y provisiones de inmovilizado Participación en resultados e inversiones en empresas llevadas por puesta en equivalencia</p>	<p>Segm. geográfica localización de activos (origen) Valor contable de los activos Inversiones en inmovilizado</p>
<p>Criterio primario: Segm. Geográfica localización de activos (origen) Ingreso de clientes externos Ingresos de transacciones con otros segmentos Resultado Valor contable de los activos Pasivos Inversiones en inmovilizado (exc. Fcieros) Amortizaciones y provisiones de inmovilizado Participación en resultados e inversiones en empresas llevadas por puesta en equivalencia</p>	<p>Segmento por actividad Ingresos de clientes externos por segm. de actividad Valor contable de los activos Inversiones en inmovilizado</p> <p>Segm. geográfico localización de clientes (destino) Ingresos de clientes externos por áreas de destino (si son diferentes de la localización de activos)</p>
<p>Criterio primario: Segm. Geográfica localización de clientes (destino) Ingreso de clientes externos Ingresos de transacciones con otros segmentos Resultado Valor contable de los activos Pasivos Inversiones en inmovilizado (exc. Fcieros) Amortizaciones y provisiones de inmovilizado Participación en resultados e inversiones en empresas llevadas por puesta en equivalencia</p>	<p>Segmento por actividad Ingresos de clientes externos por segm. de actividad Valor contable de los activos por segm. de actividad Inversiones en inmovilizado</p> <p>Segm. geográfico localización de activos (origen) Valor contable de los activos para cada localización de activos (si son diferentes de la localización de clientes) Inversiones en inmovilizado</p>

Además, con independencia del criterio elegido como primario, es necesario informar de:

- Tipos de productos y servicios en cada segmento de actividad
- Composición de los segmentos geográficos
- Los criterios para fijar los precios intersegmentos y los cambios en dichos criterios
- Cambios en los principios contables aplicados a la información segmentada
- Ingresos de segmentos no considerados significativos por dedicar la mayor parte de su actividad a transacciones intra grupo, pero cuyas ventas internas superen el 10% de los ingresos del grupo.

Un ejemplo interesante en este sentido, es el de NESTLÉ. Según indica la compañía en la nota dedicada a políticas contables, los estados consolidados se presentan de acuerdo con las normas internacionales de contabilidad del IASC y con las interpretaciones que de las mismas hace el *Standing Interpretation Committee* del mismo

organismo. El informe anual de Nestlé puede ser usado como ejemplo para refutar los argumentos que asocian la publicación de información completa con la aparición de desventajas competitivas. En el informe de gestión de esta compañía suele proporcionarse información más que detallada sobre diversos aspectos, incluyendo la información segmentada, que se complementan con unas notas a los estados financieros (memoria) muy elaboradas.

- Normativa FASB.

La normativa americana, idéntica en EE.UU. y Canadá, es el SFAS 131, que sustituye al anterior SFAS 14 en 1997. El SFAS 131 parte del concepto de *segmento operativo*, que se define de la siguiente forma:

Un **segmento operativo** es un componente de una empresa

- que desarrolla actividades de negocio por las cuales obtiene ingresos e incurre en gastos (incluyendo ingresos y gastos relativos a transacciones con otros componentes de la misma empresa)
- cuyos resultados operativos son revisados regularmente por la dirección para tomar decisiones sobre asignación de recursos al segmento y evaluar su desempeño
- del cual existe información financiera (SFAS 131, par. 109)

Usualmente, cada segmento operativo, definido de esta forma tiene un *gestor* que es el encargado del mismo y mantiene contacto regular con la dirección para discutir sobre actividades operativas, resultados financieros, provisiones y planes relativos al segmento. Esta orientación a la hora de identificar los segmentos en función de la organización interna de la compañía es lo que podemos denominar como **enfoque de gestión** (*management approach*). La idea que subyace tras este enfoque es que nadie mejor que la propia compañía conoce qué criterio es el más indicado para segmentar la empresa. Ese criterio se refleja en la forma en cómo una empresa diversificada se gestiona, en cómo se delegan funciones y se controla su uso y, por tanto, en cómo se estructura el sistema de información y control interno.

La normativa americana también contempla la agregación de actividades en un único segmento operativo. Para ello, exige que tengan las mismas características económicas y sean similares en las siguientes áreas:

- a) la naturaleza de los productos y servicios
- b) la naturaleza de los procesos de producción
- c) el tipo o clase de cliente de los productos o servicios
- d) los métodos usados para distribuir sus productos o proveer de los servicios
- e) caso de ser aplicable, la naturaleza del entorno regulado

Al igual que la NIC 14r, el SFAS 131 establece límites cuantitativos para considerar publicable la información sobre un segmento. Estos límites son idénticos a los de la NIC (10% de ingresos, beneficios/pérdidas y activos); aunque elimina la condición de que la mayor parte de los ingresos provengan de ventas al exterior³. Igualmente, contempla la necesidad los segmentos operativos definidos acumulen al menos el 75% de los ingresos externos. Caso de no cumplirse este límite, se pide la identificación de nuevos segmentos, aunque no superen los criterios cuantitativos.

Las operaciones no incluidas en ningún segmento operativo de los identificados conforme al proceso descrito, se agrupan en una partida denominada "resto", útil a meros efectos de conciliación de cifras.

En cuanto a la información a publicar, según el SFAS 131, se puede clasificar en:

- a) Información de carácter general.
- b) Información sobre ingresos, gastos y activos, y reconciliación de los datos financieros de los segmentos con los totales de la empresa.
- c) Información en estados contables intermedios.

La información de carácter general hace referencia a (I) los factores usados para identificar los segmentos significativos de la empresa, incluyendo los criterios internos de organización y (II) los tipos de productos y servicios de los que cada segmento obtiene sus ingresos.

³ Al igual que la NIC 14r, permite la publicación de información sobre un segmento que no supere los límites cuantitativos, pero que sea considerado explícitamente por la dirección como "relevante".

La información financiera que debe proporcionarse bajo la regulación del FASB es bastante amplia e incluye: activos asignables al segmento, resultado, ventas asignables a clientes externos y a clientes internos. En el caso de que (I) los informes internos lo incluyan o (II) se utilicen para calcular las magnitudes anteriores, se añaden ingresos y gastos por intereses, gastos de amortización, las inversiones netas en activo fijo (*capital expenditures*), información acerca de las empresas asociadas que se consoliden por el método de puesta en equivalencia, gasto por impuestos y otros ítems extraordinarios.

Es interesante indicar que la reconciliación no se refiere sólo a la agrupación de los segmentos sobre los que no se informa y de otras actividades en un epígrafe de "otros" que permita llegar al total del grupo. Una de las premisas del *management approach* es basarse en la información interna para obtener la información sobre los segmentos a incluir en los estados financieros de propósito general. Es bastante probable que la información para la gestión se obtenga aplicando principios contables distintos a los admitidos para la información externa. El SFAS 131 permite que la información segmentada se elabore conforme a los principios de uso interno; aunque en este caso, se debe ofrecer la información necesaria para su comprensión y la reconciliación de dichas cifras para llegar a los totales consolidados.

En el caso en que los criterios de segmentación cambien o se identifiquen nuevos segmentos, el SFAS 131 pide que la información de los períodos anteriores, que se debe presentar junto con las del actual, sean recalculadas para permitir la comparación. Igualmente, con el fin de mejorar la oportunidad de la información, la empresa también debe presentar información segmentada en los estados contables intermedios.

La mayor parte de las empresas (algo más del 70%) que reportan bajo la normativa del FASB escogen líneas de negocio como criterio de segmentación. Sólo un 12% utiliza un criterio geográfico y el resto utilizan un criterio combinado (Herrmann y Thomas, 2000). En cualquier caso, todas las empresas deben proporcionar información por áreas geográficas, básicamente información sobre ventas e inmovilizados. Igualmente, se exige presentar información sobre clientes que representen más de un 10% de las ventas, indicando que segmento surte a dicho cliente.

- Resumen comparativo

Como se ha podido ver a través de los ejemplos anteriores, la información publicada bajo los estándares internacionales y del FASB es mucho más completa y permite al usuario tener una visión de la entidad informativa mucho más precisa que la que obtiene con la información exigida por la normativa española.

Con el objeto de clarificar y resumir los requisitos de las normativas comentadas, sus aspectos comunes y las diferencias vemos a desarrollar una comparativa de sus contenidos, que resumimos en la siguiente tabla:

	España	IASC (NIC 14r)	FASB (SFAS 131)
Aplicabilidad	Todas las empresas excepto las que puedan presentar cuenta de P y G abreviada. Posibilidad de excluir la información si derivan daños.	Empresas que cotizan o pretendan cotizar. Se recomienda la adopción voluntaria, en cuyo caso debe cumplirse la norma en su totalidad.	Empresas que cotizan o pretendan cotizar. Se recomienda la adopción voluntaria. No se especifica si en ese caso es necesaria la plena aplicación.
Criterios de segmentación	Área geográfica y línea de negocio	Área geográfica y línea de negocio, tomando uno como primario y otro como secundario en base al sistema interno de información	Basado en los criterios usados internamente para planificación y control (<i>management approach</i>)
Identificación de segmentos	No indicado	Perfil de riesgos y rendimientos. Complementariamente estructura interna.	Basado completamente en la estructura interna.
Agregación de segmentos	No indicado	Factores de similitud para agregación en un sólo segmento indicados para ambos criterios	Factores de similitud para agregación en un sólo segmento indicados para Líneas de negocio
Condiciones cuantitativas mínimas	No indicadas	10% de ventas externas 10% de activos netos 10% de los resultados La suma de las ventas de los segmentos significativos debe ser 75% mínimo	10% de ventas externas 10% de activos netos 10% de los resultados La suma de las ventas de los segmentos significativos debe ser 75% mínimo
Principios contables aplicables	Normativa aplicable a la elaboración de las cuentas anuales	Normativa aplicable a la elaboración de las cuentas anuales	Se admiten criterios de uso interno, incluyendo información para su correcta interpretación.

También existen diferencias en cuanto al tipo de información que se exige para cada segmento. La primera gran diferencia se da en el uso de dos criterios complementarios en la NIC, primario y secundario, para cada uno de los cuales es necesario indicar información. Para el SFAS, sólo existen unos requisitos de información mínimos por área geográfica, en el caso de que este no fuera el criterio elegido.

	España	IASC (NIC 14r)	FASB (SFAS 131)
Información por segmento	Ingresos por áreas y línea de negocio.	(Segmento Primario) Ingresos de clientes externos Ingresos transacciones internas Resultado Valor contable de los activos Pasivos Inversiones en inmovilizado (excepto financieros) Amortizaciones y provisiones de inmovilizado Participación en resultados e inversiones en empresas llevadas por puesta en equivalencia.	Ingresos de clientes externos Ingresos transacciones internas Resultado Valor contable de los activos --- Inversiones en inmovilizado (excepto financieros) * Amortizaciones y provisiones de inmovilizado * Participación en resultados e inversiones en empresas llevadas por puesta en equivalencia *
Otra información	No requerida	(Segmento Secundario) Ingresos de clientes externos Valor contable de los activos Inversiones en inmovilizado (excepto financieros)	Gastos e ingresos financieros * Impuestos sobre beneficio * Ítems extraordinarios * Ingresos y activos en el extranjero y en países materialmente importantes ** Clientes materialmente imp. **
Información en estados intermedios	No indicado	Ingresos y resultados para los segmentos primarios (IAS-NIC 34, Interim reporting)	Ventas (internas e internas) Resultado Activos (si hay variación significativa) Cambios en bases y criterios de segmentación.

* Sólo si esta información se prepara y presenta en los informes internos
** Países o clientes que supongan más de un 10% de las ventas (o activos).

4. CONSIDERACIONES FINALES.

Los avances en la internacionalización de los mercados y la importancia de un mercado de capitales eficiente y transparente que estimule el crecimiento en la UE necesita de la reforma de la normativa contable en pos de una mayor comparabilidad a nivel internacional. La necesaria armonización contable ha motivado a la UE a iniciar un camino hacia la conformidad con las Normas Internacionales de Contabilidad del IASC. Por otro lado, la tremenda importancia del mercado norteamericano implica que las empresas, en busca de financiación en los mercados de capitales de los EE.UU., deban complementar su información financiera y adaptarla a los requerimientos de su normativa.

Uno de los aspectos en los que se encuentra una mayor divergencia entre la normativa española y las de referencia es el de la información segmentada. La norma española requiere de un bajo nivel de información en comparación con las NIC y las normas del FASB. En este sentido el inversor español se verá claramente beneficiado por la aplicación de unos estándares mucho más exigentes, a medida que las empresas cotizadas deban utilizarlos.

No obstante, toda revelación de información adicional tiende a encontrar reticencias y detractores. En este sentido, en lo que a la información segmentada se refiere, se alude a la competencia para no ofrecer este tipo de información, argumentando la posibilidad de que surjan desventajas competitivas como consecuencia de que los competidores u otros grupos con intereses diferentes a los de la empresa, puedan hacer uso de esta información. Este es un argumento que no tiene soporte empírico alguno, y que está sobrevalorado (Babío, 1991) habida cuenta de que, por regla general, los competidores poseen bastante más información de la que podrían obtener vía estados segmentados. Es más, el estudio reciente de Harris (1998) indica que en los sectores más competidos, los gestores están más dispuestos a ofrecer información segmentada en aras de mejorar la utilidad de la información para los inversores, siendo en los sectores de menor grado de competencia en los que hay más reticencias.

En definitiva, a pesar de la existencia de argumentos encontrados, las empresas españolas deberán hacer un gran esfuerzo por mejorar la información segmentada que aparece en sus cuentas anuales, por un lado, como

consecuencia de las exigencias de adaptación a las NIC y a la normativa del FASB y, por otro, en aras de mejorar la calidad de la información ofrecida a sus inversores y la imagen corporativa en los mercados.

BIBLIOGRAFÍA.

- AHADIAT, N. (1993). "Geographical Segment Disclosure and the Predictive Ability of the Earning Data". *Journal of International Business Studies*, 2nd quarter, 357-371.
- BABÍO, M. (1991): La mejora de la información de las empresas diversificadas: Los estados contables segmentados. ICAC, Madrid.
- BABÍO, M. (1992): "Un campo abierto para las recomendaciones de un organismo profesional: La información segmentada". *Revista Española de Financiación y Contabilidad*. 72, 591-608.
- BABÍO, M. (1992): "El análisis contable de las empresas diversificadas: La utilidad de la información segmentada". *Actualidad Financiera*. 6, 9-21.
- BABÍO, M. (1999): "La nueva IAS 14: La información segmentada". *Partida Doble*. 97, 70-78.
- BLASCO BURRIEL, M.; BRUSCA ALIJARDE, M.; CONDOR LOPEZ, V. (1997): "La información segmentada: referencia a los grupos de empresas". *Técnica Contable*, 585, 595-602.
- BOATSMAN, J.; BEHN, B.; PATZ, D. (1993) "A test of the use of Geographical Segment Disclosures" *Journal of Accounting Research*, 31, supplement, 46-64.
- BUNCE, K.R. (1999): "It's time to implement segment disclosures". *Journal of Accountancy*, Jan. 187, 1, 43-46.
- CERVERA MILLÁN, N.; GINER INCHAUSTI, B. y RUÍZ LLOPIS, A. (1997): La información segmentada y el problema de identificación de los segmentos: un estudio empírico. En AA.VV. *Ensayos y estudios contables en homenaje a D. Enrique Fernández Peña*. Pp. 181-207. ICAC. Madrid
- CERVERA MILLÁN, N.; RUÍZ LLOPIS, A. (1998): "Nuevas tendencias de la normativa sobre información segmentada". *Técnica Contable*, 590, 81-94.
- COMISIÓN DE LA UE. (2000): Communication from the Commission to the Council and the European Parliament. *EU Financial Reporting Strategy: the way forward*. COM(2000) 359 final. Bruselas.
- FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (1997): SFAS 131. Segment disclosures and related information. Disponible en FASB (1999): Accounting Standards as of June 1999. FASB. Stanford.
- GARCÍA BENAÚ, M.A. y MONTERREY MAYORAL, J. (1997): "La revelación voluntaria en las compañías españolas cotizadas en bolsa". *Revista Española de Financiación y Contabilidad*. 74, 53-70
- GARCÍA DIEZ, J., MARTÍNEZ ARIAS, A. y RUBÍN FERNÁNDEZ, I. (1993): "Auditoría de los nuevos Estados Financieros". *Técnica Contable*. 539, 699-708.
- GRAY, S.J.; STREET, D.L. y NICHOLS, N.B. (1999): A new era of segment reporting. *Accountancy*, London; Apr., Vol. 123, 76-79.
- HARRIS, M.S. (1998). "The association between Competition and Managers' Business Segment Reporting Decisions". *Journal of Accounting Research*, 36, 1, 111-128.
- HERRMAN, D. y THOMAS, W.B. (2000): "An analysis of segment disclosures under SFAS 131 and SFAS 14". *Accounting Horizons*. 14, 3, 287-302.
- INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS COMMITTEE (1997): NIC (IAS) N 14r: Segment Reporting, IASC. Londres. Disponible en IASC (2000): International Accounting Standards 2000. Full Text Of All IAS And Sic Interpretations Extant At January 2000. IASC. Londres, y en Gonzalo y Tua (1997). Normas Internacionales de Contabilidad del IASC. 4a Edición. IAJCE.
- MAINES, L.A.; MCDANIEL, L.S. y HARRIS, M.S. (1997). "Implications of Proposed Segment Reporting Standards for Financial Analysts' Investment Judgements". *Journal of Accounting Research*. 35, supplement, 1-24.
- MCKINNON, J.L. y DALIMUNTHE, L. (1993): "Voluntary disclosure of segment information by Australian diversified companies". *Accounting and Finance*, Clayton; May; 33, 1; 33-51.
- SANDERS, J.; ALEXANDER, S. y CLARK, S. (1999): "New segment reporting: Is it working?". *Strategic Finance*, Montvale; Dec; Vol. 81, 6, 35-39.
- SANZ SANTOLARIA, O. (1994): "La información segmentada". *Revista Técnica del IAJCE*, 3_ Epoca, 4, 48-62.
- SAUDAGARAN, S.M. (1993): "Discussion of a test of the use of geographical segment disclosures". *Journal of Accounting Research*. 31; 65-75.
- STREET, D.L.; NICHOLS, N.B. y GRAY, S.J. (2000): "Segment disclosures under SFAS 131: Has business segment reporting improved?". *Accounting Horizons*. 14, 3, 259-285.
- THOMAS, W.B. (2000). "The value-relevance of Geographical Segment Earnings Disclosures under SFAS 14". *Journal of International Financial Management and Accounting*. 11, 3, 133-155.
- TUA PEREDA, J. (2000). "Hacia el triunfo definitivo de las Normas Internacionales de Contabilidad?". *Contaduría*. 36. Marzo. 19-99.
- ZARDOYA ALEGRÍA, A.I. (1993): Información segmentada. En Gallizo, J.L. Los estados financieros complementarios. Pp. 261-291. Pirámide. Madrid.

CF-41. EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA EMPRESA: EFECTO SOBRE LA AUDITORÍA DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

Juan Miguel del Cid Gómez (jmdelcid@ugr.es)
Manuel Pedro Rodríguez Bolívar (manuelp@ugr.es)
Universidad de Granada
Departamento de Economía Financiera y Contabilidad

RESUMEN:

Las actividades de comercio electrónico realizadas mediante la utilización de un ordenador conectado a una red pública como Internet presentan riesgos específicos. Estos riesgos pueden afectar al contenido de los estados financieros, de ahí que los auditores tengan que considerar como afecta el comercio electrónico realizado por la empresa a la auditoría de los estados financieros. En particular, cuando el comercio electrónico tiene un efecto significativo en los negocios de la empresa, se requiere un conocimiento técnico especializado que permita: 1) evaluar los riesgos inherentes a las actividades relacionadas con el comercio electrónico y la respuesta de la dirección a esos riesgos, incluyendo el efecto sobre la contabilidad y los sistemas de control interno; 2) determinar la naturaleza, efecto y extensión de los procedimientos de auditoría y evaluar la evidencia obtenida; y 3) considerar el efecto que la dependencia de las actividades de comercio electrónico tiene sobre la capacidad de la empresa para continuar como un negocio en marcha.

PALABRAS CLAVE: comercio electrónico, auditoría de cuentas, estados financieros

1. INTRODUCCIÓN

Aunque el ritmo al que las empresas invierten en tecnologías de la información ha disminuido en los últimos meses, hay varias razones para pensar que a medio plazo estas seguirán impulsando un rápido crecimiento de la productividad. En primer lugar, se prevé que el coste de la capacidad de los ordenadores seguirá disminuyendo durante varios años. En segundo lugar, la mayoría de las empresas están todavía aprendiendo a reorganizarse para aprovechar plenamente las ventajas que ofrece Internet.

Las actividades que requieren la utilización intensiva de información están siendo o serán pronto transformadas radicalmente por la combinación de ordenadores de gran capacidad y un aumento de la conectividad. Es el caso de los servicios financieros, la educación, la industria cultural, los servicios profesionales (consultoría, diseño, traducción, contabilidad, etc.) y los servicios públicos¹.

Aunque cabe prever que esos sectores serán los que registren cambios de mayor alcance, también se cuentan entre los más afectados potencialmente por problemas tecnológicos y normativos. Por ejemplo, la protección de la información confidencial puede constituir una preocupación importante para los clientes, la explotación comercial de productos digitalizados (libros, música) requiere una protección eficaz de los derechos de propiedad intelectual, y la disponibilidad de acceso a Internet en banda ancha afectará a las perspectivas de desarrollo de los servicios de entretenimiento en línea.

El comercio electrónico puede definirse como la producción, publicidad, venta y distribución de productos y servicios entre empresas y entre empresas y particulares, a través de redes de comunicación. No obstante, en la actualidad la mayoría de las transacciones potenciales (y efectivas) de comercio electrónico no proceden de un consumidor que está sentado en su casa frente al ordenador, sino que tienen lugar entre empresas.

El comercio electrónico tiene una serie de ventajas para la empresa (abaratamiento de las adquisiciones, acumulación, difusión y aplicación más rápidas de los conocimientos, gestión más eficaz de la relación con los clientes, etc.) que pueden traducirse en importantes economías. Sin embargo, para que éstas lleguen a realizarse se requieren significativas inversiones y cambios organizativos y culturales que tardan tiempo en producirse. Las actividades de comercio electrónico realizadas mediante la utilización de un ordenador conectado a una red pública como Internet presentan riesgos específicos. Por ejemplo, los fallos en la seguridad pueden dañar la reputación de la empresa e incrementar el riesgo de litigio. Además, el comercio electrónico es por definición

¹ Sobre la evolución del comercio electrónico en los próximos años puede consultarse: CONFERENCIA DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE COMERCIO Y DESARROLLO (UNCTAD) (2001): "Informe sobre comercio electrónico y desarrollo 2001". *Tendencias y resumen ejecutivo*. <http://www.unctad.org/ecommerce/>.