

Economía de la información: la ética en la profesión contable una estrategia frente a la opacidad en la información financiera en la era digital

Information economics: Ethics in the accounting profession a strategy against opacity in financial reporting in the digital age

[Artículos]

Royman Guao Samper¹
José Daniel Anido R.²
Ligia N. García Lobo³

Recibido: 13 de mayo de 2023

Revisado: 20 de junio de 2023

Aprobado: 28 de junio de 2023

¹ Contador Público (Universidad Popular del Cesar, Valledupar, Colombia); Especialista en Finanzas (Universidad de Cartagena); Especialista en Revisoría Fiscal y Auditoría Externa (Universidad Autónoma de Bucaramanga); M.Sc. en Contabilidad Internacional y de Gestión Mixta (Universidad de Medellín, Colombia); Doctor en Ciencias Contables (Universidad de Los Andes-ULA, Venezuela). Consultor en Normas Internacionales de Información Financiera. Correo electrónico: roymangu@hotmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8800-1379>. Teléfono: +57 301 5182628

² Economista y Contador Público (Universidad de Los Andes-ULA, Venezuela); M.Sc. en Economía (ULA, Venezuela); Especialista, Diploma de Estudios Avanzados (DEA) y Doctor en Economía Agroalimentaria y del Medio Ambiente (Universitat Politècnica de València-UPV, España). Profesor titular e Investigador del CIAAL-EAO, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes (ULA, Venezuela); Editor adjunto de la Revista Agroalimentaria (ULA-Venezuela). Dirección postal: Av. Las Américas, Núcleo Liria, Edif. G "Leocadio Hontoria", 2º piso, CIAAL. Mérida 5101, Venezuela. Correo electrónico: anidoriv@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-7773-3304>. Teléfono-Fax: +58 274 2401031

³ Economista (Universidad de Los Andes-ULA, Venezuela); M.Sc. en Desarrollo Agrario (IIDARA-ULA, Venezuela); Doctora en Ciencias Humanas (La Universidad del Zulia-LUZ, Venezuela). Profesora titular e Investigadora del Centro de Investigaciones Agroalimentarias «Edgar Abreu Olivo» (CIAAL-EAO, FACES-ULA); Profesora invitada del Doctorado en Ciencias Humanas-LUZ (Venezuela) y de la Maestría en Contabilidad Internacional y de Gestión-Universidad de Medellín-UdeM (Colombia). Dirección postal: Av. Las Américas, Núcleo Liria, Edif. G «Leocadio Hontoria», 2º piso, CIAAL. Mérida 5101, Venezuela. Correo electrónico: lgarcalobo@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2743-1391>. Teléfono-Fax: +58 274 2401031; +57 305 3799576

Revista CIFE

ISSN: 0124-3551 | e-ISSN: 2248-4914 |  <https://doi.org/10.15332/22484914>
Vol. 25 N.º 43 | julio-diciembre del 2023

Citar como:

Guao Samper, R., Anido R., J. D., & García Lobo, L. N. (2023). Economía de la información: La ética en la profesión contable una estrategia frente a la opacidad en la información financiera en la era digital. *Revista CIFE: Lecturas De Economía Social*, 25(43), 45–56.

<https://doi.org/10.15332/22484914.9678>



Resumen

Dados los fallos del mercado, en la práctica los actores económicos toman muchas decisiones basados en información opaca y de baja calidad. Una de las causas de esta asimetría/opacidad se vincula con la ética de los responsables de presentar y auditar dicha información en las organizaciones/entidades de la economía, entre ellos, el contador público. Su importancia es reconocida en el más reciente *Código internacional de ética para profesionales de la contabilidad*, vinculando explícitamente su ejercicio profesional con el interés público. El artículo analiza la importancia de fortalecer la ética del contador público como herramienta y estrategia para reducir la opacidad en la información financiera en la era digital. Metodológicamente adopta la hermenéutica como técnica de análisis del discurso. Los principales hallazgos subrayan la necesidad de fortalecer la ética del contador público, de manera que el ejercicio de la práctica contable, además de fundamentarse en conocimientos técnicos, legislación y normatividad, se apegue a los principios establecidos en el Código Internacional de Ética para profesionales de la contabilidad.

Palabras clave: economía de la información, opacidad, era digital, contador público, ética profesional.

Clasificación JEL: A12, D82, G14, M41.

Abstract

Given the market failures, in practice main economic actors make their decisions based on lack of transparency and low quality information. One of factor that causes such asymmetry/opacity is linked to the ethics of those who are responsible for presenting and auditing such information in the organizations/entities of the economy, among them, the public accountants. The most recent International Code of Ethics for Accountancy Professionals has recognized the importance of ethics, explicitly when it links their professional practice with the public interest. This article aims to analyze the significance of strengthening the ethics of the public accountants as a tool and strategy to reduce the opacity of financial information in the digital era. Methodologically, it adopts hermeneutics as a discourse analysis technique. The main findings underline the need to strengthen the ethics of the public accountant, so that the accounting practice, in addition to being based on technical knowledge, legislation and regulations, adheres to the principles established in the International Code of Ethics for Accounting Professionals.

Keywords: information economy, opacity, digital era, public accountant, professional ethics.

JEL Classification: A12, D82, G14, M41.

Revista CIFE

ISSN: 0124-3551 | e-ISSN: 2248-4914 |  <https://doi.org/10.15332/22484914>

Vol. 25 N.º 43 | julio-diciembre del 2023

Introducción

La información es muy importante para la toma de decisiones, tanto para los consumidores como para las empresas/organizaciones. Y aunque la calidad de tales decisiones tiende a mejorar a medida que se recolecta de forma inteligente tal información, es prácticamente imposible disponer de toda la que es potencialmente relevante —y necesaria— para esto (Frank, 2009). Por otro lado, aunque la información puede ser considerada como un bien público, generarla implica costos. En un escenario donde las distinciones fundamentales de la economía del siglo XX —como las existentes entre la industria primaria, secundaria y terciaria, o entre los hogares y la economía de mercado— pierden relevancia, uno de los problemas cruciales en el siglo XXI es contabilizar el valor de la información, lo cual pone de relieve nuevos retos políticos y la necesidad de nuevos sistemas de contabilidad nacional (Quiggin, 2014).

En décadas recientes, con el auge de la globalización y las tecnologías de la información y la comunicación, la economía clásica —la misma que es impartida en colegios y universidades, basada en curvas de oferta y demanda y mercados perfectamente competitivos para productos ficticios o imaginarios— resulta poco relevante en el mundo real de la economía de la información (Becker, 1999). La economía de la información y de los incentivos constituye un campo relativamente reciente de la microeconomía (Varian y Bergstrom, 2015), en la que se abordan modelos de búsqueda, de señalización y de revelación, así como información imperfecta, selección adversa y diseño de mecanismos (Galán, 2016), información asimétrica —entre accionistas y directivos, principal y agente—, incompleta y riesgo moral (Taylor y Weerapana, 2011; Nicholson y Snyder, 2010), entre otros tópicos.

Para Stiglitz (2002b), la economía de la información ha implicado una transformación profunda en el paradigma predominante en la ciencia económica. Entre sus principales efectos, se encuentran: (i) la forma como se aborda el estudio de la ciencia económica; (ii) la explicación de fenómenos que no habían encontrado una explicación previa; y (iii) el replanteamiento del rol del gobierno en la sociedad.

Akerlof (1970) analizó los efectos de la información asimétrica en la calidad de los productos. El autor abordó la asimetría de la información encontrada en el mercado de los productos defectuosos, por ejemplo: el vendedor de un automóvil usado dispone de información más completa sobre su estado real que el potencial comprador; tal situación se presenta hasta el momento en que el comprador descubre la calidad del automóvil, dado que ni con la revisión de un mecánico, este último dispone de tanta información del auto como el propietario. En este caso, el comprador debe sospechar sobre la calidad del producto, dado que solo el hecho de estar a la venta podría significar que el vehículo no se encuentra en buenas condiciones; en consecuencia, el comprador deduce que en un mercado de automóviles usados se ofertan autos de buena y mala calidad.

Con el ejemplo descrito, Akerlof (1970) demostró que uno de los principales efectos de la asimetría de la información es la venta de productos de menor calidad, dado que aun cuando pueden

encontrase consumidores dispuestos a pagar el precio fijado por los vendedores por un producto de calidad, “la transacción no se lleva a cabo por la existencia de asimetría informativa” (Vilaseca, Torrent y Lladós, 2001, p. 4). En este caso, los vendedores tienen incentivos para suministrar a los posibles compradores solo la información deseada, convirtiéndose esta en un recurso clave para el desarrollo de las transacciones, dado que el “conocimiento es poder” (Stigler, 1961).

Otter y Cortez (2003) definen la economía de la información como “el estudio de las relaciones entre los agentes económicos en situaciones en las cuales existe una distribución desigual de la información disponible” (p. 4). Esta se caracteriza básicamente por la toma de decisiones, aun cuando la información disponible que sustenta el desarrollo de las transacciones de mercado es incompleta y asimétrica. Su campo de estudio se resume en los siguientes términos: (i) el análisis del mercado de bienes usados (subastas), (ii) la selección adversa y los mecanismos implementados en los mercados para su solución; (iii) el riesgo moral y sus efectos en el diseño de los contratos en el marco de la teoría de la agencia; y (iv) el valor que tiene la información para la toma de decisiones en un contexto de incertidumbre.

Además, en la economía de la información se reconoce que los mercados funcionan de manera imperfecta, dado que la información es asimétrica, su obtención es costosa y el tamaño de las asimetrías de la información puede estar afectado por las acciones de las empresas y de los individuos. En el campo real, los mercados no funcionan eficientemente, dado que no se cumple la ley elemental de la economía y los precios no son el mecanismo idóneo que revela toda la información disponible en el mercado (Stiglitz, 2012). De hecho, si los mercados “revelaran plenamente toda la información a todos los participantes [...], nadie tendría el mínimo incentivo para recoger información sobre los activos que cotizan en bolsa, ya que quienes no invirtieran su dinero tendrían el mismo acceso a la información” (Stiglitz, 2012, p. 267).

Basándose en los fundamentos de la economía del bienestar, Stiglitz (2000) advierte que la eficiencia económica solo se alcanza en el sentido fundamentado por Pareto en los mercados de competencia perfecta, pues en otras circunstancias de competencia imperfecta, como las que caracterizan el monopolio, el duopolio, el oligopolio, entre otras, se encuentran fallos de mercado en la medida que el desempeño de las empresas se aleja del “ideal de la competencia perfecta, en el que cada empresa es tan pequeña que cree que no puede hacer nada para influir en los precios” (p. 93).

En consecuencia, como lo expresa Stiglitz (2000, 2012), los fallos de mercado reflejan el comportamiento ineficiente de los mercados. A juicio del autor, en condiciones de competencia imperfecta, los principales fallos de mercado se precisan en los siguientes términos: (i) diferencias entre las recompensas privadas y la rentabilidad social; (ii) algunos bienes públicos no son suministrados por el mercado y en el caso de ser ofertados su cantidad no es suficiente para cubrir la demanda; (iii) la existencia de externalidades cuando las acciones de un actor genera efectos negativos o positivos para la sociedad; (iv) mercados incompletos; (v) el incremento del paro, los desequilibrios y la inflación; así como (vi) las asimetrías de información.

El último fallo mencionado, se relaciona directamente con el objeto de estudio de la presente investigación, dado que es una imperfección de mercado derivada del manejo de distintos niveles de información por parte de los actores que participan en una transacción de mercado. Es decir, alguno o algunos de los actores toman decisiones sobre la base de información más completa y de mayor calidad que el resto. Tal aspecto es precisamente lo que se conoce en el campo contable como opacidad en la información financiera; problema que se presenta con frecuencia en el campo contable cuando la gerencia de la entidad que informa tiene incentivos para no representar fielmente la realidad de esta en los estados financieros. En la siguiente sección, se analizan los conceptos de transparencia y opacidad en la información financiera, con especial énfasis en los factores que inducen ambos aspectos en el campo real.

Economía digital, organizaciones y contabilidad

Al finalizar la década de 1990, Tapscott (1996) apuntaba la emergencia de una suerte de nuevo paradigma en la economía o “nueva economía” (Vergara, 2004), basado en la digitalización: la *digital economy*. De hecho, consideraba que las empresas más exitosas eran justamente aquellas que tenían experiencia en *software*, en servicios, en contenido basado en la computación y telecomunicaciones digitales (Tapscott, 1996). La economía digital es un término que engloba un cambio tecnológico en las prácticas de producción, distribución y consumo (Richardson, 2020). No obstante, la economía digital del siglo XXI difiere en aspectos fundamentales de la economía industrial del siglo XX. La diferencia más evidente es el papel dominante que desempeña un único sector: la tecnología de la información y la comunicación como principal fuente de innovación (Quiggin, 2014).

Según Tang (Apud Li, Kim, Lang, Kauffman y Naldi, 2020), el Foro Económico Mundial y el G-20 definen la economía digital como una amplia gama de actividades económicas que utilizan la información y el conocimiento digitalizados como factores clave de la producción, las redes de información modernas como un importante espacio de actividad, así como la tecnología de la información y las comunicaciones para impulsar la productividad —incluyendo las telecomunicaciones, internet, los servicios informáticos, el *hardware* y el *software*— (Chen, 2020). En una acepción más amplia incluye el valor combinado de la producción de las TIC y las aportaciones digitales al resto de la economía (Chen, 2020).

Otra característica particular de la economía digital es la presencia de efectos de red, que consecuentemente conducen a una mayor concentración en los mercados. Dichas concentraciones de poder económico, junto con la preocupación por la conducta competitiva y las fusiones anticompetitivas, explican por qué buena parte de la atención se haya centrado en los gigantes digitales (también denominadas empresas GAFAM, acrónimo de Google, Amazon, Facebook, Apple y Microsoft). Pero la preocupación por la concentración no es exclusivamente para estas últimas, en el sentido que dichos colosos corporativos no son los únicos actores que amenazan tanto la competencia como la legitimidad de las empresas en la actualidad. En ese escenario, una dosis saludable de competencia resulta necesaria para mantener a los gigantes de hoy en día en alerta, al

tiempo que se brinda la oportunidad de crecer a los que están a su sombra (Spiegel y Waldfoguel, 2020; Katz, 2020). Así mismo, una política permisiva de fusiones promueve la entrada de innovadores, por cuanto facilita la entrada para las adquisiciones (Katz, 2020).

Si bien la economía digital ha reducido sustancialmente las fricciones del mercado, también ha planteado nuevos retos para su funcionamiento eficiente de los mercados. En particular, la drástica reducción de los costes de búsqueda, entrada, transporte y reproducción tiene profundas implicaciones para la función de las plataformas, el valor de la innovación y el equilibrio entre las necesidades de datos de las empresas y la privacidad de los consumidores (Chen, 2020). Además, aludiendo de modo particular a las TIC, Brynjolfsson y Saunders (2010) subrayan su rol en impulsar, de manera directa o indirecta, el crecimiento de la productividad en las economías desarrolladas. Estas tecnologías de información contemporáneas están facilitando la rápida digitalización, el almacenamiento y la transferencia de experiencias de productos y servicios con importantes repercusiones económicas (Grover y Ramanlal, 2004). Más que comprar tecnología, las organizaciones/empresas que invierten en TIC vienen desarrollando nuevas formas de capital organizacional para convertirse en organizaciones digitales. Tales innovaciones implican un conjunto de cambios organizativos, en términos de disseminación de la información en la organización, procesos descentralizados de toma de decisiones, sistemas de retribución y de promoción interna con base en resultados o aumento de las inversiones en capital humano. También las TIC, junto con alianzas *ad hoc* y la asociación estratégica serán de vital importancia para el futuro de las organizaciones/empresas (Tapscott, 1996). En suma, las TIC tienen el potencial de convertirse en una fuente de ventaja competitiva para las organizaciones/empresas (Brynjolfsson y Saunders, 2010). No obstante, a medida que las tecnologías digitales se difunden vertiginosamente surge la interrogante sobre cómo afecta el aumento de la digitalización a la sostenibilidad de esa ventaja competitiva (Ferreira, Fernandes y Ferreira, 2019).

Por otro lado, las organizaciones/empresas deben estar conectadas entre sí y con otras entidades, como consecuencia de —entre otras razones— procesos de fusiones, la reducción de sus costos operativos y las estrategias de mercado. Para esto son fundamentales los sistemas de información (Abrego, Sánchez y Medina, 2017), de los cuales son parte inseparable la contabilidad. Es por medio de esta que la información se registra, sistematiza y presenta —pone a disposición— de/a los distintos usuarios o *stakeholders* para lo toma de decisiones. De acuerdo con los autores, la calidad de la información es el antecedente más importante, tanto para la satisfacción del usuario como para la utilidad de tales sistemas de información. Además, la transparencia es un rasgo de información que permite tomar decisiones pertinentes y bien fundamentadas. Con esta orientación, regulaciones recientes, vinculadas con el ejercicio profesional de la contabilidad —en particular, el marco conceptual (IASB, 2018), han establecido las cualidades fundamentales que debe cumplir la información financiera, con el fin último que esta sea útil (y que se resumen en representación fiel y relevancia—. La dificultad estriba en que este carácter normativo no necesariamente garantiza su cumplimiento en la práctica profesional. Algunas razones y posibles medidas para superarla se examinan en los apartados siguientes.

Transparencia frente a opacidad en la información financiera

La opacidad en la información financiera es un término que contrasta con lo que se conoce en los campos del sector público y privado de la economía como *transparencia*. Para Stiglitz (2002a), la transparencia “es otro nombre para significar mejor información” (p. 222). El autor plantea que en los sistemas políticos con opciones de “salida” limitadas resulta fundamental prestar mayor atención a los problemas de falta de transparencia. Por ejemplo, en el caso de las empresas privadas, la carencia de transparencia se deriva de una gestión inadecuada, pues en ocasiones el gobierno corporativo intenta enriquecerse a partir de acciones contra los competidores que afectan a los propietarios y clientes, pero estos últimos pueden tomar la decisión de cambiar de proveedor. A diferencia de la situación descrita, en los procesos políticos, el cambio resulta más complicado, pues “los que gobiernan cuentan con notables incentivos a la hora de reducir la transparencia” (2002b).

En consecuencia, para Stiglitz (2002b), los funcionarios del gobierno en ocasiones pueden estar a favor del “secretismo” o la falta de transparencia para “justificar” sus acciones. Así, para los políticos, existe una lógica que explica la falta de transparencia, que conduce a un “secretismo” entendido como “una escasez de información creada de forma artificial y, como la mayoría de las escaseces creadas de forma artificial, genera rentas, rentas que en algunos países se obtienen mediante una corrupción manifiesta (vendiendo la información)” (p. 142). Con frecuencia, la situación descrita se observa en el sector público en los ámbitos nacional y municipal, por la ausencia de transparencia en la rendición de cuentas y el manejo inadecuado de los recursos públicos (Quintana, 2006).

Al respecto, el Fondo Monetario Internacional (2012) propone, para reducir los problemas de opacidad, la transparencia fiscal como un aspecto clave de una gestión pública eficiente en la medida que (i) se preparan y presentan informes fiscales públicos claros, confiables, puntuales y pertinentes y (ii) se hace público el proceso de formulación de política fiscal. De este modo, La transparencia fiscal garantiza que las decisiones financieras tomadas por los gobiernos se fundamenten en una evaluación compartida y adecuada de la actual posición fiscal, de los costos y beneficios generados por la introducción de cambios en la política vigente y de los riesgos existentes para las perspectivas fiscales.

Por otro lado, al nivel empresarial, Alejos (2015) advierte que el objetivo de la transparencia se resume en (i) comunicar la situación financiera real de la entidad a los distintos grupos de interés para garantizar relaciones de comunicación basadas en la confianza e (ii) incrementar y asegurar el desempeño social de la entidad. De este modo, la transparencia se constituye en el aspecto clave que provee a los grupos de interés la información necesaria para la toma de decisiones, disminuyendo, en consecuencia, “la asimetría de poder y promoviendo un diálogo de calidad” (p. 7).

Por su parte, Baracaldo (2013) plantea que la transparencia es un término amplio que para fines contables se concibe como a) un principio de buenas prácticas de gobierno corporativo y b) una cualidad de la información financiera. Ambos aspectos coinciden en que la transparencia significa “oportunidad, datos fidedignos y revelaciones que generen confianza a los grupos de interés”

(p. 1099). La autora caracteriza la transparencia a partir de los siguientes rasgos de la información financiera: veracidad, claridad, comparabilidad y entendimiento.

Con respecto a los factores que contribuyen con la transparencia, Cebolla y Naharro (2016) plantean que los aspectos cualitativos y cuantitativos fortalecen los niveles de transparencia, “siempre y cuando esta mejora de la información sea información relevante (conocimiento práctico), en línea con lo expuesto como transparencia” (p. 380). La autora clasifica los factores que inducen la transparencia en “pro-activos” y “reactivos”. Los primeros fortalecen la transparencia en forma positiva, comprenden los avances en la investigación y el conocimiento contable que influye en el mejoramiento de la divulgación y transferencia de la información, y, por ende, de la transparencia. Los segundos inciden positivamente en la transparencia, pero se derivan de una causa negativa; el aspecto que induce a un mejoramiento de la transparencia es un estímulo externo negativo, pues ante una situación de falta de transparencia se crea una medida para corregirla.

En tal sentido, Alejos (2015) advierte que la transparencia siempre tiene un efecto positivo para la entidad que informa y para la sociedad. De hecho, las empresas con un desempeño transparente “crean un clima de confianza, de fiabilidad, de veracidad” (p. 5). Al mismo tiempo, la sociedad tiene el acceso a la información que afecta sus intereses y satisface sus demandas; todo esto promueve la toma de decisiones acertadas, determinando, simultáneamente, los cambios que se requieren introducir para la sostenibilidad empresarial.

Los fundamentos del concepto de transparencia, sustentados por Stiglitz (2002a, 2002b) y Baracaldo (2013), se han empleado en esta investigación para definir la “opacidad en la información financiera”, como un problema de asimetría de información, mostrando cuando los actores participantes en una transacción de mercado no disponen de la misma calidad y cantidad de información para la toma de decisiones, dado que los estados financieros carecen de “una información completa, transparente, oportuna, fiable y de calidad” (Guao, 2020, p. 41).

Para Riahi-Belkaoui (2015, 2005, 2004a, 2004b), uno de los principales exponentes de la opacidad en el campo contable, la opacidad en las ganancias es un indicador que revela la baja calidad de las prácticas contables empleadas en la preparación y presentación de la información financiera. Esta última no es suficiente para mostrar el desempeño real de las entidades que informan. El autor reafirma la necesidad de aplicar sistemas contables adecuados que garanticen el registro de las operaciones a partir de políticas contables apropiadas; esto garantizará la reducción de los niveles de opacidad.

Los principales factores que generan opacidad en las ganancias se concretan en los términos de Riahi-Belkaoui (2015), en (i) los bajos niveles de aplicación de la ley y la carencia de principios morales; (ii) el alto grado de conexión política de las empresas; (iii) la corrupción, (iv) las debilidades de las prácticas contables, y (v) la baja calidad de las instituciones. Además, el autor reitera que los países con prácticas contables de calidad han logrado reducir la opacidad en la información, dado que han creado el contexto económico, financiero y legal adecuado para el desempeño eficiente del

mercado, fomentar el crecimiento económico e incrementar la productividad de las naciones, generando incentivos para la inversión en capital físico y humano.

Por último, aun cuando la transparencia es un aspecto clave que debería estar implícito en los resultados contables de toda organización, con frecuencia esta es sesgada por los directivos, accionistas y grupos de interés mayoritarios, en la medida que se alteran o manipulan los registros u operaciones, para garantizar los intereses de determinados grupos; hecho que induce opacidad en la información financiera, cuyas consecuencias se resumen fundamentalmente en (i) asimetría de la información, (ii) imperfecciones del mercado y (iii) crisis financieras.

La dimensión ética como estrategia frente a la opacidad en la información financiera en la era digital

La opacidad, producto de información financiera fraudulenta, ha sido una de las principales causas de los escándalos financieros encontrados a nivel global (Uvalle, 2016). Entre estos descalabros, se encuentran los casos de Enron, Arthur Andersen, WorldCom; Parmalat, Laboratorios Merck, Xerox, Tyco, Bernard Madoff y Lehman Brothers (Kaplan y Kiron, 2001; Adam, 2002; Toussaint, 2004; Mattessich, 2005). En todas las corporaciones mencionadas, las crisis han tenido como causa la manipulación o maquillaje de la información financiera por medio del uso de prácticas de contabilidad creativa, las cuales, para garantizar los intereses de la gerencia y de las malas prácticas de gobierno corporativo de cada entidad en particular, o para materializar determinados objetivos de los accionistas mayoritarios, se han centrado en algunas ocasiones en la sobrestimación de los ingresos y activos; mientras que en otras en la subestimación de los pasivos y gastos.

Como un mecanismo para prevenir las crisis financieras, la Securities and Exchange Commission (SEC), ente regulador de la bolsa norteamericana, investigó las prácticas no legales empleadas por las empresas y promovió la adopción de la Ley Sarbanes-Oxley (2002), contentiva de un conjunto de medidas que apoyan la transparencia de la información financiera mediante (i) la certificación de los reportes financieros por el director general y el director financiero de cada entidad; (ii) las buenas prácticas de gobierno corporativo, de la adopción de marcos de información financiera adecuados, así como de un sistema de control interno; (iii) los comités permanentes de auditoría; (iv) el ejercicio de la práctica contable, siguiendo los principios del *Código de ética para profesionales de la contabilidad*, y (v) el establecimiento de sanciones efectivas ante los incumplimientos de la Ley.

Ante la situación descrita, las grandes corporaciones han optado por reforzar sus políticas éticas en el comportamiento de sus miembros. Las crecientes exigencias de la globalización, las tecnologías de la información y comunicación, la competitividad, el riesgo, la incertidumbre y la complejidad “ubican a las empresas en la posición de tener que ser entes inteligentes, es decir, creadores y generadores de su propio conocimiento” (De Nóbrega, 2009, p. 24). Esto significa que cada organización en particular, en función de su naturaleza y objetivos, debe emplear la información de manera selectiva para la toma de decisiones en los distintos procesos; es decir, “transformarla en conocimiento productivo, que no es más que el valor agregado organizacional” (p. 24).

En el Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, 2018) se establece que el contador público, para dar fe de su actuación en el ejercicio profesional, debe apegarse al cumplimiento de los siguientes principios: integridad, objetividad, competencia y diligencia profesional, confidencialidad y comportamiento profesional. Tales principios, en una economía de la información caracterizada por los fallos del mercado, garantizan una práctica contable ética y eficiente en la medida que se prepara y presenta información transparente, de calidad y completa, que apoya a todos los grupos de interés en la toma de decisiones documentadas.

De este modo, el contador público, cuando actúa fundamentado en la normativa, la ley y los principios éticos, fortalece la dimensión ética de la organización en la que presta sus servicios y de sus miembros en la medida que (i) considera los intereses del colectivo por encima de los intereses individuales y (ii) genera confianza y seguridad en todas sus actuaciones, dado que satisface las expectativas de todos los usuarios de la información y de la sociedad en general. Es decir, el profesional cumple con la esencia de su profesión que consiste en “servir al interés público”.

Por ende, el contador público contribuye con la creación de un ambiente organizacional ético ampliamente compartido en todos los niveles de la organización, cuando los valores morales, como la honestidad, respeto, responsabilidad e integridad, sustentan todas las decisiones tomadas en los distintos procesos, lo cual favorece la sostenibilidad de la organización. En consecuencia, para garantizar la transparencia y minimizar la opacidad en la información financiera, se requiere fortalecer los principios éticos de todos los miembros de cada organización en particular, de manera que cada uno asuma con responsabilidad las consecuencias y efectos de las decisiones tomadas en el ejercicio de las actividades y funciones asignadas. De allí que el apego a los principios éticos establecidos en el Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, 2018) sea un aspecto fundamental que asegura la razonabilidad y relevancia de la información para la toma de decisiones por parte de los distintos usuarios de esta.

Además del fortalecimiento de la ética, también es indispensable el manejo de las tecnologías de la información y comunicación, dado que la competitividad de los negocios y en especial del comercio electrónico exige transformaciones digitales que faciliten la forma de hacer negocios. De hecho, “las empresas buscan cada vez más experiencias y soluciones digitales para mantenerse relevantes” (Payne, 2020, p. 1). Esto contribuye con la reducción de los costos y con la capacitación de los equipos de trabajo para mejorar el desempeño de la organización.

En tal sentido, las Naciones Unidas (UNCTAD, 2017) reafirma que la economía digital ha introducido transformaciones relevantes en el funcionamiento de las empresas, en sus operaciones, en las condiciones de trabajo, en la necesidad de incorporar conocimientos técnicos y en la comercialización de sus bienes o servicios. De acuerdo con Payne (2020), la transformación digital de las empresas exige el desarrollo de las siguientes habilidades: (i) capacitación en tecnologías transformadoras; (ii) aprovechamiento de la información; (iii) pensamiento crítico y canales de comunicación eficientes; (iv) dominio de los conocimientos financieros, y (v) aprendizaje continuo.

Por último, en el escenario descrito, el contador público, para prestar sus servicios de manera competitiva, se ha encontrado en la necesidad de replantear y reinventar su forma de trabajo, incorporando innovaciones basadas en el uso de tecnologías digitales y remotas que le permitan interactuar con sus clientes. Tales tecnologías, también podrán emplearse para hacer frente a la opacidad en la información financiera en la medida que la automatización promueva la preparación, presentación, revelación y evaluación de la información financiera oportunamente y en tiempo real.

Conclusiones

La información es importante para la toma de decisiones fundamentadas para cualquier actor económico —consumidores, empresas/organizaciones o gobiernos— y la calidad de las decisiones tiende a mejorar a medida que esta última se recolecta inteligentemente. La limitante es que resulta prácticamente imposible disponer de toda la información potencialmente relevante y necesaria. A ello se suma que en realidad los mercados presentan algunos fallos, en particular asimetrías de información, en la medida que alguno o varios de los actores que participan en alguna transacción toman sus decisiones con base en información más completa o de calidad diferente a la que disponen los restantes. Estos rasgos de asimetría e incompletitud de la información dan lugar a lo que en el campo contable se conoce como opacidad en la información financiera, aspecto que contrasta con la transparencia definida por Stiglitz (2002a) como *mejor información*.

Del examen efectuado, se destaca que los factores más relevantes que inducen la opacidad en las ganancias pueden resumirse (Riahi-Belkaoui, 2015) en: (i) la laxitud de la ley y de principios morales; (ii) la conexión política de las empresas; (iii) la corrupción; (iv) las debilidades de las prácticas contables, y (v) la baja calidad institucional. El análisis de tales factores da cuenta de la necesidad de fortalecer la ética como aspecto clave que fundamenta la reducción de la opacidad en la información financiera en la era digital. Esto se fundamenta, entre otras razones, en que la manipulación de la información financiera o las prácticas de contabilidad creativa se han configurado como el factor determinante de las principales crisis financieras gestadas al nivel mundial en las tres últimas décadas. A grandes rasgos, tales prácticas se han adoptado para garantizar los intereses de la gerencia, alcanzar los objetivos de los socios mayoritarios, entre otros, lo que en consecuencia resulta en una afectación de otros grupos de interés —*stakeholders*— relacionados con la empresa/organización.

En este escenario, algunas empresas han comenzado a fortalecer la dimensión ética como dimensión fundamental que ha de estar presente en la conducta de todos sus miembros, con especial énfasis en las acciones de la gerencia, el gobierno corporativo y el contador público. Este último actúa con ética cuando ejerce una práctica profesional apegada a la normativa contable, la ley y los principios éticos establecidos en el *Código de ética para profesionales de la contabilidad*. Por tanto, el contador sirve al interés público, en la medida en que actúa de manera transparente al garantizar información completa y de calidad, que asegura la toma de decisiones adecuadas por parte de los distintos usuarios de esta.

Referencias

- Choco, biogeográfico https://es.wikipedia.org/wiki/Choc%C3%B3_biogeogr%C3%A1fico Fecha de consulta: 18 de octubre 2020
- El Choco biogeográfico, un tesoro de la naturaleza https://www.ecoportal.net/temas-especiales/biodiversidad/el_choco_biogeografico_un_tesoro_de_la_naturaleza/ Fecha de consulta: 18 de octubre 2020
- El Choco biogeográfico de Colombia, capítulo 2, Universo entre el mar y la cordillera <https://www.imeditores.com/banocc/choco/cap2.htm> Fecha de consulta: 23 de octubre 2020
- Estructura poblacional de ocho especies maderables amenazadas en el departamento del Choco - Colombia https://www.researchgate.net/publication/333259123_Estructura_poblacional_de_ocho_especies_maderables_amenazadas_en_el_departamento_del_Choco-Colombia Fecha de consulta: 23 de octubre 2020
- Bhaskar, et al, 2020: 5886 - 5891, Materials today: proceedings 45 (2021), Analysis on mechanical properties of wood plastic composite. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2020.08.570>
- Ge, et al, 2021: 862 - 869, Journal of Materials Research and Technology, Utilization of decayed wood for polyvinyl chloride/wood flour composites. <https://doi.org/10.1016/j.jmrt.2021.03.026>
- Plastipol S.A Madera plástica, 2021: 4-5, Comprometidos con el cuidado de nuestro planeta, Diapositivas. Compuesto de *madera plástica*, *fibra* vegetal y polímeros. <https://www.woodpecker.com.co/>. Fecha de consulta: 23 de octubre 2020
- ¿Qué es la madera plástica, con la que se fabrican casas? <https://www.latercera.com/que-pasa/noticia/madera-plastica/677319/> Fecha de consulta: 23 de octubre 2020
- ¿Que es la arquitectura sustentable?, concepto, principios y mitos. <https://www.responsabilidadsocial.net/la-arquitectura-sustentable-concepto-principios-mitos/> Fecha de consulta: 19 de noviembre 2020
- Arquitectura sustentable. <https://www.arkiplus.com/arquitectura-sustentable/> Fecha de consulta: 19 de noviembre 2020
- El desarrollo sustentable en la arquitectura. <https://www.construction21.org/espana/articulos/es/el-desarrollo-sustentable-en-la-arquitectura.html>. Fecha de consulta: 17 de noviembre 2020
- Cuáles son los principios de la arquitectura sustentable. <http://www.hildebrandt.cl/cuales-son-los-principios-de-la-arquitectura-sustentable/>. Fecha de consulta: 22 de enero 2021
- Los 6 principios de la arquitectura sustentable. <https://www.expoknews.com/los-6-principios-de-la-arquitectura-sustentable/> Fecha de consulta: 22 de enero 2021
- Beneficios del diseño sostenible en la edificación. <https://www.ecointeligencia.com/2015/09/beneficios-diseno-sostenible-edificacion/> Fecha de consulta: 22 de enero 2021.
- Descubre los beneficios de la arquitectura sustentable. <https://www.vix.com/es/imj/hogar/156115/descubre-los-beneficios-de-la-arquitectura-sustentable>. Fecha de consulta: 12 de febrero 2021
- <http://www.ingepol.com/madera-plastica/>. Fecha de consulta: 12 de febrero 2021
- <https://www.construplastcolombia.com/inicio>. Fecha de consulta: 12 de febrero 2021
- Casas prefabricadas en madera plástica. <https://www.estibas-plasticas.com/casas-prefabricadas-en-madera-plastica.htm>. Fecha de consulta: 12 de febrero 2021