

Salvador  
Carmona Moreno

Rafael  
Donoso Anes  
*Profesores  
de la Universidad  
de Sevilla*

## REVISION DEL PROCESO DE COMUNICACION DE LA INFORMACION CONTABLE

### 1. INTRODUCCIÓN

Los ambientes financieros norteamericanos se vieron sorprendidos con la publicación de un artículo que lleva un título muy exagerado, aunque también muy sugerente: el artículo se denomina «18.000.000 de libros que nadie lee», y en el mismo se hace una crítica acérrima a la escasa utilidad de las memorias empresariales.

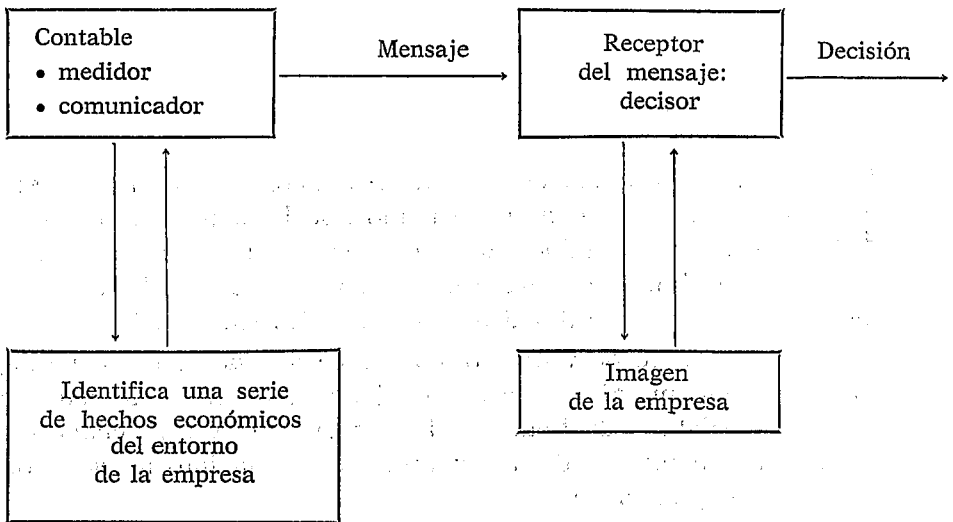
Desde un punto de vista teórico parece que no se consigue superar esta limitación práctica, y, así, por ejemplo, todavía mantienen su vigencia las palabras de Bedford (1965, págs. 204 y ss.), cuando señala que una teoría general de la comunicación de la información contable está aún por plantearse.

En este artículo pretendemos examinar sucintamente cuál es el estado actual de la información contable que se comunica y qué técnicas existen de diagnóstico o de mejora de la información contable que actualmente es comunicada por las empresas. Parece claro que la Contabilidad ha alcanzado un considerable nivel de perfeccionamiento en lo que concierne a los procesos de identificación y medida de los hechos económicos, pero la situación en que se encuentra la vertiente comunicacional plantea serias dudas, a raíz de esas dos evidencias mencionadas.

## 2. LA COMUNICACIÓN EN CONTABILIDAD

Es conveniente que, en primer lugar, nos detengamos a analizar qué papel juega el proceso de comunicación de la información contable y cuáles son los elementos que integran dicho proceso.

Con este motivo nada mejor que recurrir a una definición de Contabilidad, para situar dentro de la misma al proceso de comunicación. En este sentido, una definición que puede servir a nuestros objetivos es, por ejemplo, la conocida definición por la American Accounting Association (AAA 1966, pág. 1) en su documento ASOBAT, en el que se dice que la Contabilidad es el «proceso de identificación, medida y comunicación de la información económica para la formación de juicios y la toma de decisiones por parte de los usuarios». Esta definición ha sido posible representarla gráficamente por Sterling (1967, pág. 68) de la siguiente forma:



En relación al gráfico y a la definición en que se inspira, es posible extraer las siguientes características. En primer lugar, que el proceso de comunicación constituye un proceso conductual, como diría Báladouñi (1975, pág. 301); se trata de un proceso porque está integrado por interacciones, así, por ejemplo, una interacción es la que se produce entre el contable y los hechos económicos del entorno que ha de identificar y medir; otra interacción es la que se produce entre el decisor

y el mensaje que recibe, y en base al cual se forja una idea de la situación económica de la empresa. Además, es conductual porque se encuentra firmemente anclado en el comportamiento humano; adviértase que el contable no es sino una extensión del aparato sensitivo del actor, término con el que Chambers (1966) denomina al decisor de nuestro gráfico.

En segundo lugar, en el gráfico es posible delimitar de forma explícita o implícita cuáles son elementos que integran el proceso de comunicación. Estos elementos son tipificados por Fertakis (1969, páginas 680-691) como:

- Usuarios.
- Preguntas.
- Respuestas.

Bajo nuestro punto de vista, los tres primeros elementos: usuario, preguntas y respuestas, se encuentran íntimamente relacionados. La base de relación puede encontrarse en torno al concepto de información relevante. Podemos entender que estamos ante una información relevante cuando los atributos de la misma se encuentran contenidos en el modelo de decisión del usuario, por tanto, será el modelo de decisión del usuario el que nos señalará cuál es la pertinencia de las preguntas y la relevancia de las preguntas. No es posible hablar de los usuarios sin hacer una breve referencia al incremento en el número de usuarios de la información contable que se ha producido en los últimos tiempos. Estos han pasado de ser secularmente dos: directivos y accionistas, a conformar una amplia gama que a Parker (1982) le permite catalogar el proceso de comunicación contable como de «comunicación de masas».

Otro elemento era la base de datos. Posiblemente el elemento que más y más rápidos cambios ha experimentado en los últimos tiempos; tanto es así que el perfeccionamiento en el almacenamiento y procesamiento de la información es una de las causas, creemos, por las que no se encuentra especificado en nuestro gráfico la limitación de la capacidad del canal de comunicación. Sin pecar de optimistas, esta limitación ha de quedar circunscrita a la dialéctica economicista, común por lo demás a toda actividad empresarial. No obstante, sí que habrá que considerar la limitación del ser humano en cuanto qué canal de comunicación; a este aspecto tendremos ocasión de referirnos más adelante.

En tercer lugar, y por último, debemos señalar que el gráfico, que parece inicialmente pensado para comprender un proceso de comunica-

ción de información para usuarios externos —advuértase que el contable identifica y mide una serie de hechos del entorno de la empresa y que el decisor se forja una opinión respecto de la empresa, que podemos entender que es en su conjunto— es perfectamente extensible a un proceso de Contabilidad de gestión, de suministro de información a usuarios internos, con tan sólo realizar unas leves modificaciones. Así, por ejemplo, la iniciativa del proceso de comunicación puede no corresponder al contable, sino al directivo, que demanda una información del tipo: ¿cuáles son las causas del bajo rendimiento de esta sección? El contable no siempre identificará una serie de hechos del entorno de la empresa, sino que, en ocasiones, estos hechos tendrán como objeto el movimiento interno de valores. Finalmente, el contable, en un proceso de Contabilidad de gestión, podrá tener una retroalimentación respecto de la relevancia de la información que ha suministrado. Esa retroalimentación es absolutamente impensable en un proceso de Contabilidad financiera, que puede llegar a denominarse como de comunicación de masas.

### 3. ALGUNAS PRECISIONES EN TORNO AL VOLUMEN ÓPTIMO DE INFORMACIÓN COMUNICADA

Tradicionalmente, parece que pudiera entenderse que es preferible para el usuario mucha información a poca información; así se expresan autores muy significativos, seguramente con la idea implícita de que el lector de sus trabajos comprende que existe un nivel óptimo, pero que, en principio, es preferible mucha información a poca información.

Una sombra de duda rodea esta cuestión cuando nos ponemos en contacto con trabajos como el de Miller (1956, págs. 81-97), en los cuales se estudia la capacidad de un individuo para clasificar información por categorías, llegando a comprobar empíricamente que una persona normal puede llegar a clasificar la información en seis categorías distintas. Cuanto mayor es el número de percepciones sobre esta cifra, el individuo se vuelve más inconsistente en sus respuestas, a menos que pueda desarrollar otra categorización o dimensión.

En un plano contable, Casey (1980, págs. 36-49) desarrolló un experimento que tenía por objeto determinar si el suministro creciente de información mejora el proceso de toma de decisión o si, por el contrario, lo colapsa.

Con tal fin, directivos pertenecientes a veintiséis entidades bancarias distintas fueron encuestados. Se les pedía que dictaminaran qué empre-

sas, de entre diez empresas reales, considerarían en quiebra. Cinco de esas empresas quebraron realmente y cinco no.

Los directivos fueron segregados en tres grandes grupos, a cada uno de los cuales se les presentó una información distinta. Los integrantes del primer grupo recibieron seis *ratios* financieros de cada una de las empresas, pertenecientes a tres años consecutivos. Estos *ratios* eran Beneficio/Activo total, Disponible/Activo total, Activo circulante/Activo total, Activo circulante/Pasivo circulante, Ventas/Activo circulante y Pasivo total/Neto patrimonial. Los pertenecientes al segundo grupo recibieron esos *ratios* más el Balance de Situación y la Cuenta de Pérdidas y Ganancias. Los del tercer grupo recibieron la misma información que los del segundo más las notas a los estados financieros.

Previamente a la distribución de los cuestiones, éstos fueron examinados por una firma profesional especializada en asesoramiento bancario, que entendió que los bloques eran significativamente distintos y que existía sobrecarga efectiva.

Los directivos debían precisar si las empresas quebrarían en los tres años siguientes al de la última información suministrada. Las conclusiones a las que llega Casey son: que añadiendo las notas de los estados financieros a una información limitada no se consigue incrementar la precisión de la estimación y, sin embargo, se consumió más tiempo en el proceso de toma de decisiones.

En 1984, Belkaoui desarrolla una investigación en la misma línea, y sobre la base del trabajo de Casey. Belkaoui suministra a los directivos bancarios dos tipos de información: de diagnóstico y redundante; la información de diagnóstico se define como aquella que posee capacidad predictiva.

A los directivos se les pedía que estimaran qué empresas, de entre diez, quebrarían, cuánto tiempo invertían en tomar su decisión y con qué grado de confianza se expresaban.

La información de diagnóstico estaba constituida por seis *ratios* muy similares a los suministrados por Casey en el grupo 1; la información redundante por tres *ratios* adicionales.

Belkaoui concluye su estudio detectando que la conjunción de la información redundante y de la información de diagnóstico mejoró la precisión de la estimación, así como el nivel de confianza, pero también consumió más tiempo.

La evidencia empírica de que se dispone parece insuficiente para extraer conclusiones categóricas; sin embargo, sí es posible señalar que el suministro de información adicional permite la reducción de dificultades

en la recepción y análisis de la información, pero debe calibrarse la cantidad de información que se comunica, ya que, en exceso, puede suponer un descenso en el nivel de decisión y, en todo caso, comportará más tiempo en el proceso de toma de decisiones.

Mención aparte merece la confianza con que se toma la decisión. Únicamente se dispone del experimento de Belkaoui y, por tanto, no sabemos si la confianza seguiría incrementándose en el caso en que se comunicara una sobreinformación, o si quizá comenzaría a actuar la limitación humana anteriormente detectada por Miller. En cualquier caso parece tratarse de una vertiente a profundizar, en la manera en que se conecta con el concepto de disonancia cognoscitiva.

Este concepto fue acuñado por Festinger (1957) y con él hace referencia a que, a menudo, se carece de congruencia o armonía entre las diversas cogniciones, una vez que se ha tomado una decisión. Como resultado de esa falta de congruencia, el decisor tendrá dudas y considerará de nuevo la decisión tomada. Existen personales, de confianza en uno mismo, que contribuyen a incrementar la disonancia cognoscitiva y por ello la disonancia varía según los sujetos. Por tanto, es conveniente profundizar y conocer si la sobreinformación, y cuánta, contribuye a incrementar el grado de confianza y, en su caso, los efectos negativos de la disonancia posterior.

#### 4. CARACTERÍSTICAS DE LA INFORMACIÓN CONTABLE ACTUALMENTE SUMINISTRADA POR LAS EMPRESAS

El análisis del estado actual de la comunicación contable vamos a llevarlo a cabo examinando una serie de investigaciones empíricas; el escaso número de ellas no es óbice para que procedamos a ordenarlas, por un lado, las que analizan todos los estados contables que son comunicados por las empresas y, por otro lado, las que se centran en algún aspecto concreto de los estados contables, con desconocimiento de los demás.

Entre las primeras debemos mencionar obligatoriamente la elaborada por Lee y Tweedie (1976, págs. 304-314). Estos autores se plantean como objetivo examinar si el contable logra su propósito de alcanzar una comunicación efectiva con los accionistas. Más concretamente, pretenden conocer si los accionistas analizan los estados contables en profundidad y, si aquellos que no los leen, o los leen superficialmente, acuden a in-

formarse a otras fuentes de información financiera. Además, pretenden saber cuál es el nivel de comprensión de los estados financieros.

Los sujetos de este estudio fueron los accionistas de una mediana empresa inglesa. Los estados contables que se les proporcionaban por parte de la empresa eran: el informe del presidente, el informe del director general, el balance de situación, la cuenta de pérdidas y ganancias, las notas a estos últimos, el informe del auditor y diferentes cuadros estadísticos. Tras analizar el contenido de estos estados financieros, los autores de la investigación pudieron comprobar que los dos primeros eran de naturaleza esencialmente cualitativa, mientras que los restantes poseían un claro fundamento contable.

En primer lugar se requirió de los accionistas que dijeran qué estados financieros leían y con qué intensidad. Las respuestas fueron agrupadas en dos bloques: en el primero se situaron los lectores integrales de los estados financieros, con algunas matizaciones que sería farragoso detallar; en el segundo, a aquellos que leían los estados financieros más brevemente y que fueron considerados como lectores menos interesados. Puede decirse que el umbral para demarcar uno u otro bloque se situaba en el examen o no de la cuenta de pérdidas y ganancias y del balance de situación.

Los accionistas clasificados en el primer grupo representan el 32,9 por ciento del total de las respuestas, el 64,2 por 100 se cataloga como lectores menos interesados. Finalmente, el 2,9 por 100 manifiestan no leer en absoluto la información suministrada por la empresa.

Seguidamente, se solicita que mencione qué otras fuentes de información financiera son utilizadas. Aparentemente, este tipo de información extraempresarial es leída más profusamente por aquellos que también estudian con mayor profundidad los estados financieros. Aquellos lectores menos interesados confían su información a la que es suministrada por la prensa financiera y los agentes de cambio y bolsa.

Finalmente, se pretendía conocer si los lectores creían comprender o no los estados contables y si consideraban o no relevante esa información que les era suministrada por la empresa. Pudo comprobarse que aquellos lectores que creen comprender los estados contables, pero que los consideran irrelevantes, no mencionaron, sin embargo, otras fuentes financieras como relevantes para la toma de decisiones. Esto parece indicar que el interés en los estados financieros es razonablemente consistente. Si quien responde no está interesado en los estados contables, es improbable que esté más interesado en otras fuentes que aquellos que se muestran como lectores profundos de los estados contables. Estas

conclusiones son significativas aplicando un test chi-cuadrado con un 1 por 100 de nivel de significación. A quienes creían comprender el significado de los estados financieros, se les hicieron una serie de preguntas para verificar este extremo y, como consecuencia de ello, se dedujo que su conocimiento de la práctica contable era marcadamente insuficiente: por ejemplo, el 49,7 por 100 entendía que los estados contables pretendían valorar globalmente por sus precios actuales. Adicionalmente, pudo comprobarse que los lectores más interesados comprendían mejor los estados contables que los menos interesados.

Lee y Tweedie concluyen su estudio afirmando que si quienes elaboran los estados financieros desean comunicarse efectivamente con todos los accionistas, es preciso suministrar datos menos complejos, con el fin de motivar a quienes carecen de la experiencia necesaria a leer los estados contables con mayor intensidad.

Como ya dijimos al comienzo de este epígrafe, un segundo bloque de investigaciones venía constituido por quienes analizan algunos elementos de los estados financieros. En esta línea vamos a reseñar dos trabajos: el de Smith y Smith (1971) y el de Soper y Dolphin (1964).

Soper y Dolphin se plantean como objetivo evaluar la mejora de los informes anuales de las empresas durante un período de trece años (1948-1961). Con este fin se concentran en los estados de carácter narrativo y comparan los estados contables de veinticinco grandes empresas, en 1961, con el nivel de comprensión detectado por Pashalian en 1948, trece años antes.

Con tal fin aplican las fórmulas Flesch a muestras de 100 palabras de una página sí y otra no de cada uno de los 25 informes. Estas fórmulas toman dos factores para llegar a medir el nivel de legibilidad: el número de sílabas de cada palabra de la muestra y el tamaño promedio de las oraciones.

Los resultados obtenidos, y que las fórmulas Flesch arrojan en porcentajes, son comparados con un standard existente que permite catalogar la dificultad de la lectura. En ese standard, las puntuaciones más bajas denotan una dificultad de lectura mayor y, conforme esas puntuaciones van incrementándose, se va significando una mayor facilidad de lectura. Así, para 1961, la puntuación mayor de los informes es de 43, esto es considerado como una lectura difícil en la escala de puntuación de legibilidad. La puntuación menor es de 11, lo que sería considerado como una lectura muy difícil. En definitiva, los 25 informes anuales varían desde difícil hasta muy difícil.



Asimismo, pudo comprobarse que no existía progreso general en las puntuaciones de legibilidad entre los informes de 1948 y los de 1961. La calificación promedio de legibilidad del conjunto de los informes pasó de 34,2 en 1948 a 28,7 en 1961, lo que supone un descenso de 5,4 puntos en la escala de Flesch. Este descenso en la facilidad de lectura, que es estadísticamente significativo, permite concluir prudentemente que la facilidad de lectura de los estados financieros no ha mejorado.

En el trabajo de Smith y Smith se pretende medir el nivel de legibilidad de las notas de los estados financieros; selección que es justificada por los autores al señalar que constituyen una parte integral de los estados financieros, y que resultan esenciales para una adecuada comprensión de los mismos.

Con este fin fueron seleccionadas las cincuenta mayores empresas americanas, según relación elaborada por la revista *Fortune*. Los autores justifican esta selección porque intuitivamente puede relacionarse el tamaño de la empresa y el nivel de calidad de sus estados financieros, su complejidad y un mayor grado de influencia en la economía.

Las fórmulas seleccionadas fueron la ya mencionada Flesch, que mide en porcentajes el nivel de legibilidad, mediante la consideración del número de sílabas de cada palabra de la muestra seleccionada, así como la extensión de las oraciones. Por otro lado, utilizan la denominada Dale-Chall, que hace hincapié en el número de palabras extrañas por texto y en la extensión de las oraciones. Se consideran palabras extrañas aquellas que no están contenidas en una relación de 3.000 palabras comunes.

Los resultados globales del trabajo denotan un nivel de comprensión catalogado como «difícil» y que es asimilado a la categoría de universitario. Adicionalmente se da la circunstancia de que la dispersión respecto de la media de la distribución es muy escasa. Únicamente el 19,5 por 100 de los usuarios posee la formación necesaria para comprender este tipo de informes.

Como consecuencia de la evidencia empírica existente, podemos afirmar que el nivel de lectura en profundidad de los estados financieros por parte de los accionistas es escaso: tan sólo un 32,9 por 100 del total, prefiriéndose en todo caso la información de carácter narrativo sobre la de carácter cuantitativo y siempre con un nivel de comprensión bajo: el 50 por 100 de quienes creen comprender los estados financieros señalan que éstos lo que pretenden es poner de manifiesto el valor actual de la empresa.

La evidencia empírica nos dice, además, que la parte narrativa de los estados financieros —la más leída— es de difícil comprensión, y que

éste nivel de lectura no parece haber evolucionado positivamente con el tiempo.

Por tanto, parece recomendable que antes de proporcionar a los usuarios externos mayor información, se proceda a hacer menos compleja la información actualmente suministrada. Al estudio de los trabajos que tienen por objeto disminuir la complejidad de los estados financieros vamos a dedicar el siguiente epígrafe.

##### 5. TÉCNICAS DE DIAGNÓSTICO Y MEJORA DE LA INFORMACIÓN EMPRESARIAL

La ausencia de una teoría general en el sentido expuesto por Bedford a comienzos de este epígrafe, condena esta exposición a la deslucida tarea de desgranar cada una de las técnicas. No obstante, consideramos que es posible ordenar estas investigaciones en dos grupos:

- En el primer grupo situaríamos aquellos trabajos que tienen como objeto el estudio de la vertiente cuantitativa de los estados contables.
- En el segundo grupo catalogaríamos los que tienen por objeto el estudio de la vertiente narrativa.

De esta forma adecuamos nuestro estudio a los dos grandes componentes de los estados contables que poseen un nivel de lectura diferenciado, como se desprende del ya mencionado trabajo de Lee y Tweedie.

En relación al primer grupo, un reciente trabajo de Smith y Taffler (1984) ha servido para rescatar del olvido una técnica que ya fue aplicada por Moriarity en 1979.

El escaso interés y la baja comprensión de los estados contables, se dice, no puede ser paliada mediante la elaboración de estados financieros simplificados, que siguen centrando su interés en el contenido más que en la presentación.

En esta línea, las modificaciones en la forma de presentación deben ir dirigidas hacia la obtención de métodos que, visualmente, representen las relaciones entre las distintas magnitudes, haciéndoles más comprensibles y fáciles de entender; son muchos los autores que se han mostrado favorables al empleo de este tipo de representación, si bien ocurre que las técnicas utilizadas tradicionalmente consiguen relacionar sólo a unas

pocas variables, generalmente dos, mientras que los datos financieros son, a la vez, complejos y multidimensionales.

Idealmente, debe procurarse que las representaciones gráficas multidimensionales en cuestión no precisen de excesivas aclaraciones sobre el significado de los signos que representan las variables, y que el número de éstas sea elevado, con lo que se consigue que el efecto global sea superior a la suma de las partes. Finalmente, debemos señalar que la utilización de estas técnicas se encuentra favorecida por la posibilidad de disponer de programas de ordenador que relacionan directamente la dimensión cuantitativa y la dimensión gráfica.

Moriarity (1979) desarrolló un trabajo empírico que tenía como objetivos: medir la calidad de la decisión que se toma empleando diferentes tipos de información —dos de ellas en formato de gráfico— y el tiempo que se consume en el proceso de toma de decisión.

Con tal fin diseñó unas imágenes que conseguían reunir trece *ratios* y del que pretendía conocer si era posible deducir a partir de ellas la salud financiera de la empresa. Moriarity solicitó de los sujetos que clasificaran 22 empresas comerciales como quebradas o no quebradas, sin conocimiento de las probabilidades *a priori*. Los individuos fueron segregados en cuatro grupos, que recibieron la siguiente información alternativa:

- Las imágenes, sin descripción alguna de la asignación de las variables financieras a las características del gráfico que se les presenta.
- Las imágenes, con una breve explicación de su significado.
- Una serie de *ratios* clave, según Dun & Brandstreet, junto con una indicación para cada caso de las medias de la industria para un período de seis años.
- Los estados financieros que han servido de base para calcular los *ratios*.

Cada uno de los bloques de información representa los mismos cambios en la posición financiera de la empresa, pero los que recibieron el primer bloque detectaron más fácilmente los cambios: fueron clasificados más rápidamente y con mayor precisión que los simples datos contables o los datos que se deducen de éstos, tanto por estudiantes como por profesionales de la Contabilidad. Es más, los errores de clasificación fueron significativamente mayores para ambas categorías de usuarios cuando manejaban información con forma de *ratio*, lo que fue atribuido

a un desconocimiento de su significado —este extremo fue corroborado en una investigación posterior elaborada por Lee y Tweedie (1981). Moriarity también concluyó que este sistema gráfico poseía mayor poder discriminante entre empresas quebradas y no quebradas que el modelo de Altman de 1968.

En relación con las técnicas tendentes a perfeccionar la información no cuantitativa, es decir, narrativa, debemos distinguir dos tipos de técnicas:

- Las encaminadas a predecir el nivel de comprensión de un determinado texto mediante la aplicación de un indicador de legibilidad.
- Las encaminadas a predecir, empíricamente, el nivel de comprensión de un texto.

Entre las primeras debemos señalar las ya mencionadas fórmulas Flesch y Dale-Chall.

A continuación procedemos a reseñar otras dos fórmulas de aplicación bastante sencilla. La aplicación del conjunto de ellas posiblemente arroje claridad sobre el nivel de comprensión.

Los dos indicadores tendentes a predecir la legibilidad de un determinado informe narrativo son el Índice Fog y el Índice Kwolek.

El Índice Fog (*FI*) es definido por los siguientes elementos:

$$FI=0,4 [A+T]$$

Donde *A* es la media de palabras por frase, en porcentaje; *T* es el porcentaje de palabras duras —tres sílabas o más— en el texto. El índice muestra sus resultados en porcentaje.

Cuanto más largas sean las frases y cuanto más duras sean las palabras que las componen, mayor será el valor del índice. Kwolek profundizó en el estudio de *FI* antes de formular el suyo propio, y de su estudio empírico dedujo que cuando ese índice es superior al 14 por 100, al lector le resulta extremadamente difícil mantener la atención en la lectura salvo que se encuentre muy interesado. Para el caso de literatura científica o de libros técnicos, este porcentaje habría que situarlo en la banda que va del 17-19,5 por 100.

El Índice Fog ha sido aplicado por Parker (1982, pág. 283) a diez empresas australianas, seleccionadas aleatoriamente, para los informes de 1980, concretamente analiza el «Informe de Explotación» y las «Notas». Respecto del primero encontró un coeficiente del 19,1 por 100 de media,

que se situaba en una banda entre el 25,7-14 por 100. Las Notas produjeron una media del 20,1 por 100, con unos valores máximos y mínimos del 24,4 y 16,1 por 100. En definitiva, y si aceptamos los valores del índice formulados por Kwolek, debemos corroborar una vez más que las partes más leídas de los estados contables permanecen inaccesibles para un buen número de accionistas.

Por su parte, el índice de legibilidad elaborado por Kwolek se define como sigue:

$$RI=0,593 [W/2+H]$$

Donde  $W$  es el porcentaje de palabras por oración y  $H$  es el porcentaje de palabras duras. Empleando para ambos índices la misma norma de referencia, Kwolek defiende que su indicador se ajusta mejor a ésta que el Índice Fox.

En relación al segundo bloque, pasamos a describir una técnica respecto de la cual se han producido varias aplicaciones a la Contabilidad, siendo las más conocidas las elaboradas por el profesor Arthur Adleberg. La publicación de sus investigaciones que, al contrario de las anteriores, precisan de contraste empírico, se ha extendido desde 1979 hasta 1984.

La técnica que aplica Adleberg, cuya traducción podría ser «Técnica del Complemento», parte de la base de que la actividad de leer, desde una perspectiva psicolingüística, es un acto de comunicación durante el cual el decodificador utiliza una serie de claves redundantes dentro del lenguaje en orden a reducir la incertidumbre y, por tanto, a deducir el significado de la letra escrita.

La técnica es definida por Taylor, quien la ideó, como el método a partir del cual se intercepta un mensaje entre el emisor y el receptor, mutilando el texto mediante la ocultación de una serie de palabras que el lector debe intentar completar. Para Taylor, los pasajes cuya redundancia sea baja, resultarán difíciles de reconstruir para el lector.

Dentro de las palabras que se ocultan, las habrá de dos tipos: de carácter semántico y de carácter sintáctico; en un texto de contenido contable, las primeras vendrán caracterizadas por términos de carácter técnico, como, por ejemplo, asignación, amortización, etc. Las segundas, por adverbios, artículos, preposiciones, etc.

En relación a la aplicación del test a los sujetos, el texto ha de seleccionarse aleatoriamente y debe tener al menos cincuenta palabras ocultas, considerándose que la distancia entre las palabras ocultas ha de ser de cinco palabras. Investigaciones previas han demostrado que, si

se hacen separaciones de menos de cinco palabras, el contexto puede condicionar excesivamente la respuesta de las palabras adyacentes.

En áreas científicas diferentes de la Contabilidad se han hecho aplicaciones de la técnica, y a partir de ellas se ha podido concluir que para un texto de carácter científico es preciso alcanzar un 75 por 100 de aciertos con palabras sinónimas, o un 44 por 100 de aciertos con palabras exactas. Las escasas investigaciones existentes en Contabilidad (Adleberg, 1979, 1983a, 1983b y 1984; Stevens, Stevens y Raabe, 1985) aconsejan aceptar provisionalmente estos porcentajes.

La técnica del complemento es fácil de comprender y de aplicar; no obstante, reúne, a nuestro entender, tres dificultades:

- En todos los casos puede no resultar fácil encontrar una muestra de la población a la que se va a dirigir el texto para predecir el nivel de comprensión y, en su caso, corregir los pasajes más complicados.
- Su aplicación a la Contabilidad, donde los textos no son propiamente narrativos, sino una mezcla de cifras y palabras, que alcanza su mejor exponente cuando se procede a la exposición de una lección mediante un ejemplo numérico, puede quedar desnaturalizada.
- Finalmente, y de forma casi anecdótica, debemos señalar que la estimación de tiempo hecha por Adleberg para la aplicación del experimento a los libros de texto, es, según nuestra propia experiencia, muy optimista.

#### BIBLIOGRAFIA

AAA.: *A Statement of Basic Accounting Theory*, AAA., Sarasota, 1966.

ADLEBERG, A.: «The Accounting Syntactic Complexity Formula: A new Instrument for Predicting Readability of Selected Accounting Information», *Accounting and Business Research*, verano 1983, págs. 163-176.

— «An Empirical Evaluation of Authoritative Pronouncements in Accounting», *Accounting and Finance*, noviembre 1983, págs. 73-94.

— «A Methodology for Measuring the Understandability of Financial Report Messages», *Journal of Accounting Research*, otoño 1979, págs. 565-592.

— y RAZEK, J. R.: «The Cloze Procedure: A Methodology for Determining the Understandability of Accounting Textbooks», *The Accounting Review*, enero 1984, págs. 109-112.

- BALADOUNI, V.: «Reexamen de la perspectiva contable», en BRUNS, W. J., y DECOSTER, D. T.: «La contabilidad y el comportamiento humano», *Trillas*, México, 1975.
- BELKAOUI, A.: «The Effects of Diagnostic and Redundant Information on Loan Officers' Predictions», *Accounting and Business Research*, verano 1984, páginas 249-256.
- CASEY, C. J.: «Variation in Accounting Information Load: the Effect on Loan Officers' Predictions of Bankruptcy», *The Accounting Review*, enero 1980, páginas 36-49.
- CHAMBERS, R. J.: *Accounting, Evaluation and Economic Behavior*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1966.
- FERTAKIS, J. P.: «On Communication, Understanding and Relevance», *The Accounting Review*, octubre 1969, págs. 680 a 691.
- FESTINGER, L.: *A Theory of Cognitive Dissonance*, Harper and Row, Nueva York, 1957, cap. 1, tomado de GIBSON, J. L.; IVANCEVICH, J. M., y DONNELLY, J. H.: *Organizaciones*, Interamericana, México, 1983, págs. 445 y ss.
- LEE, T. A., y TWEEDIE, D. P.: *The Institutional Investor and Financial Information*, Institute of Chartered Accountant in England and Wales, Londres, 1981.
- «The Private Shareholder: His Source of Financial Information and His Understanding of Reporting Practices», *Accounting and Business Research*, otoño 1976, págs. 304-314.
- MILLER, G. A.: «The Magical Number Seven, Plus or Minus Two: Some Limits on our Capacity for Processing Information», *Psychological Review*, marzo 1956, págs. 81-97.
- MORIARTY, S.: «Communicating Financial Information Through Multidimensional Graphics», *Journal of Accounting Research*, abril 1979, págs. 225-244.
- PARKER, L.: «Corporate Annual Reporting: A Mass Communication Perspective», *Accounting and Business Research*, otoño 1982.
- SMITH, N. P., y SMITH, J. E.: «Readability: A Measure of the Performance of the Communication Function of Financial Reporting», *The Accounting Review*, julio 1971, págs. 958-962.
- SMITH, M., y TAFFLER, R.: «Improving the Communication Function of Published Accounting Statements», *Accounting and Business Research*, primavera 1984, págs. 139-146.
- SOPER, F. J., y DOLPHIN, R.: «Readability and Corporate Annual Reports», *The Accounting Review*, abril 1964, págs. 358-362.
- STERLING, R. R.: «A Statement of Basic Accounting Theory: A Review Article», *Journal of Accounting Research*, primavera 1967.
- STEVENS, W. P.; STEVENS, K. C., y RAABE, W. A.: «FASB Statement in the Classroom: A Study of Readability», en SCHWARTZ, B.: «Advances in Accounting», *JAI Press. Conneti-cut*, 1985.

## FE DE ERRATAS

Manuel A. ESPITIA

### EL RATIO «q» COMO INSTRUMENTO DE ANALISIS FINANCIERO

(REFC, núm. 49, enero-abril 1986)

Pág. 147. Al final del segundo párrafo debe decir:

El análisis de regresión entre el ratio  $q$  y la tasa de inversión da como resultado,

$$I_t/K_{t-1} = 0,073 + 0,11 q_{t-2}; \quad R^2 = 0,66; \quad D.W. = 1,89$$

(3,05) (5,56)

donde  $I_t$  es la inversión en activo fijo del período  $t$ ,  $K_{t-1}$  es el stock de activo fijo del período anterior y  $q_{t-2}$  es el ratio  $q$  de dos períodos precedentes. El ratio  $q$  permite explicar dos terceras partes de la varianza de la variable tasa de inversión, por otra parte el ratio  $q$  explica mejor la inversión cuando las dos variables se desfasan dos períodos en el tiempo, desfase que probablemente tiene que ver con el tiempo que transcurre entre que se toma la decisión de invertir y ésta se materializa.

Otro resultado ilustrativo es la relación entre la rentabilidad económica y el ratio  $q$  que se observa entre las empresas de la figura 5. La recta que ajusta el modelo

$$q = \frac{-g}{-g} + \frac{1}{-g} R$$

a los datos de la figura 5 (exceptuando a las empresas 7, 8, 11 y 14) es

$$q = 0,3 + 10 R$$

En este resultado existe implícito un crecimiento negativo del 3 por 100 anual.