

III CONGRÉS CATALÀ DE COMPTABILITAT I DIRECCIÓ
JUNY 2009, BARCELONA

**EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN
FINANCIERA EN INTERNET DE LAS EMPRESAS BIOTECNOLÓGICAS
ESPAÑOLAS**

Elies Seguí-Mas

Fernando Polo-Garrido

Cristina P. Sarasa Pérez

Alexandra M^a Ariza García

CEGEA - Centre d'Investigació en Gestió d'Empreses
Universitat Politècnica de València

Dades de contacte:

Elies Seguí-Mas

CEGEA

CEGEA - Centre d'Investigació en Gestió d'Empreses
Universitat Politècnica de València

Camí de Vera, s/n

46071 Ciutat de València

Tel. 96 387 70 07 (ext. 84713)

Fax. 96 387 74 79

(esegui@cegea.upv.es)

**EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN
FINANCIERA EN INTERNET DE LAS EMPRESAS BIOTECNOLÓGICAS
ESPAÑOLAS**

Resumen

Las empresas biotecnológicas han adquirido carácter estratégico debido a su alto valor añadido, su innovación, o la lucha contra el cambio climático. Como empresas paradigmáticas de la *economía del conocimiento*, las *biotecs* deberían ejercer una mayor transparencia informativa, utilizando intensivamente Internet como medio de relación con sus distintos *stakeholders*.

El presente estudio destaca a las biotecnológicas *blancas* como la rama del sector con mejores prácticas de divulgación de información financiera en Internet. Así, las *biotecs blancas* encabezan todos los indicadores a excepción del diseño y accesibilidad de la Web (que constituye su único punto débil). En sentido opuesto, las biotecnológicas cotizadas *verdes* son –en términos relativos– las que ejercen peores prácticas dentro del sector, aunque –por el contrario– destacan claramente en el diseño y accesibilidad de la Web y, en menor medida, en la navegabilidad de la misma.

El análisis realizado ha permitido comprobar como la información financiera es la que más ampliamente se difunde por las *biotecs* cotizadas (comprensible teniendo en cuenta el carácter obligatorio de la mayor parte de estos contenidos). La información sobre el negocio de la empresa también se divulga ampliamente, a pesar de la inexistencia de contenidos sobre las normas de calidad seguidas, la información medioambiental, la I+D+i ó la gestión de RR.HH.

Sin lugar a dudas, las peores prácticas del sector se refieren a la navegabilidad de las Web corporativas de las cotizadas. Esta constituye la principal área de mejora de las *biotecs* cotizadas españolas respecto a la divulgación de su información financiera.

Palabras clave: información financiera, Internet, empresas biotecnológicas.

EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN FINANCIERA EN INTERNET DE LAS EMPRESAS BIOTECNOLÓGICAS ESPAÑOLAS

1. INTRODUCCIÓN

La *economía del conocimiento* donde actualmente compiten nuestras empresas tiene en las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) uno de sus principales rasgos característicos. De este modo, Internet se ha convertido en el medio global de comunicación, y -en este contexto- su uso debería ser prioritario para la difusión de la información empresarial.

Sin duda, el camino emprendido hacia un nuevo modelo de relación entre las sociedades cotizadas y los inversores va a pasar por el uso de Internet como medio de comunicación. Las potencialidades de Internet para mejorar el gobierno de la empresa resultan innegables en estos momentos. Además, sus características como canal de información dotan a la red de un amplio abanico de potencialidades para conseguir implementar buenas prácticas de gobierno y para -por ejemplo- reducir el coste de oportunidad que genera la *apatía racional* en los usuarios de la información financiera (consiguiendo una mejor calidad en sus procesos de decisión).

Por tanto, una política de transparencia en la difusión de la información corporativa pasa -en gran medida- por utilizar la tecnología como una herramienta estratégica en la relación con los distintos *stakeholders*. En palabras de Gandía (2005) “Internet ofrece múltiples posibilidades para que las compañías divulguen más y mejor información financiera, a un coste razonable y dirigida a una audiencia multitudinaria y geográficamente dispersa”.

De este modo, se podría definir el e-gobierno corporativo como la integración de la tecnología (especialmente Internet) en los procesos de decisión de los órganos de gobierno de la sociedad. De este modo, la información empresarial se difundiría entre todos los *stakeholders* amplia y rápidamente (además de hacerlo de forma no selectiva, es decir, en condiciones de equidad). Así pues, el e-gobierno corporativo ofrece las siguientes ventajas respecto al tradicional (Gandía, 2005):

1. Facilita la comunicación entre sociedades e inversores (especialmente, sus accionistas). La Web corporativa se puede convertir en un portal de información para los accionistas, permitiendo la creación de utilidades que permitan segmentar la información en función de intereses, la programación de alertas o cualquier tipo de instrumento que faciliten información oportuna al accionista.
2. Reduce el coste de distribución de la información a los *stakeholders* e incrementa la oportunidad de la información corporativa (dada su oportunidad y coste).
3. Fomenta la integración de los accionistas en la vida social de la compañía, eliminando restricciones que impidan o dificulten la participación de los mismos (como la localización en un mismo lugar físico, etc.).
4. Democratiza el acceso a la información corporativa, poniendo en práctica el principio de equidad en la distribución de la información corporativa (simétrica y no selectiva), ayudando a la correcta formación de los precios en los mercados de valores.
5. Aporta credibilidad a las prácticas de buen gobierno, mejorando la imagen corporativa y dando credibilidad a las decisiones de la dirección de la empresa.

Sin duda, el contexto social en el que vivimos hace que la información corporativa en Internet cuente con un futuro ilusionante. No obstante, su presente también es relevante. Solamente es necesario visitar las páginas Web de las empresas cotizadas para que se evidencie que el presente de Internet como canal de comunicación de la compañía con sus *stakeholders* es una realidad muy viva en la actualidad.

De hecho, su regulación ya ha empezado en muchos países y la tendencia en que esta vaya en aumento. A partir de la recomendación del *Informe Winter* (en 2002) en el ámbito europeo, en el que se instaba a las sociedades cotizadas a publicar (y actualizar) en sus páginas Web corporativas una sección de información relevante para sus *stakeholders*. De este modo, tanto las regulaciones europeas siguientes (la Directiva de transparencia en 2004, etc.) como las que los distintos estados de la Unión han promulgado con posterioridad (por ejemplo, en 2003, la ley de transparencia española y las normativas que la desarrollan) han dedicado puntos específicos a determinar el papel de la información empresarial a través de Internet.

Además, de forma complementaria, cabe subrayar la relación entre unas buenas prácticas de divulgación de información corporativa y la responsabilidad social de la empresa. Así, independientemente de la perspectiva que se adopte del gobierno corporativo (la financiera o la *multistakeholder*), la divulgación de información corporativa genera una responsabilidad sobre uno (o varios) agentes. Por lo tanto, no puede existir una empresa socialmente responsable que no ejerza unas buenas prácticas respecto a su transparencia.

Tal y como indica Lizcano (2006) el buen gobierno ha de generar necesariamente responsabilidad social si el fin que se persigue es el bien de la sociedad y responder ante ella. Análogamente, la responsabilidad social tendría que generar un alto grado de transparencia empresarial. Así pues, uno de los principios del buen gobierno pretende que quien tome las decisiones debería ser capaz de interiorizar las consecuencias de las mismas sobre el conjunto de sus *stakeholders* y de responder por ellas. Esta premisa sintoniza plenamente con la preocupación de realizar el bien de la responsabilidad social y genera como resultado un mejor gobierno en la empresa.

En definitiva, la evidencia demuestra que transparencia empresarial y responsabilidad social son dos conceptos íntimamente ligados y cuya evolución posee un alto grado de interdependencia.

Las empresas biotecnológicas se han constituido como uno de los sectores estratégicos dónde múltiples administraciones han focalizado su atención. Las actividades de alto valor añadido, su gran capacidad de innovación, el envejecimiento de la población, la lucha contra el cambio climático y una capacidad mayor de afrontar los efectos de la crisis económica han puesto a este sector en la vanguardia de diversos proyectos empresariales. A modo de ejemplo, cabe señalar las biorregiones fomentadas por diversas administraciones y empresas.

Como fieles representantes del nuevo paradigma económico (la *economía del conocimiento*) las empresas biotecnológicas deberían ejercer una mejor transparencia informativa, realizando un uso intensivo de Internet como medio de relación con sus distintos *stakeholders*. Más concretamente, este estudio se centra sobre las biotecnológicas cotizadas que -sometidas a controles más estrictos que el resto- deberían situarse en la vanguardia en el ejercicio de su responsabilidad social en los mercados financieros.

Llegados a este punto, resulta preceptivo realizar las siguientes *preguntas de investigación*:

- ¿Las empresas biotecnológicas son más transparentes que el resto de empresas cotizadas?
- ¿Qué empresas o ramas de la biotecnología destacan por una mejor divulgación en Internet de su información empresarial? ¿Qué variables influyen?
- ¿Qué tipología de información resulta la más divulgada por este tipo de empresas? ¿Qué características destacan en las webs corporativas del sector?

2. EL SECTOR BIOTECNOLÓGICO EN ESPAÑA

La OCDE cuenta con la definición más extendida y consensuada a nivel internacional. De este modo, esta organización define biotecnología como “La aplicación de la ciencia y la tecnología a organismos vivos, así como a partes, productos y modelos de los mismos con el fin de alterar materiales vivos o inertes para proveer conocimientos, bienes y servicios” (Dahms, 2004).

Por otro lado, en el *Convenio sobre Diversidad Biológica* (ONU, 1992) la biotecnología fue definida como “toda aplicación tecnológica que utilice sistemas biológicos y organismos vivos o sus derivados para la creación o modificación de productos o procesos para usos específicos”.

A partir de estas definiciones, se puede realizar una primera división general de la biotecnología en dos grupos: *biotecnología antigua* (cuando las propiedades de los seres vivos son naturales) y *biotecnología moderna* (si las propiedades de los seres vivos son adquiridas a través de técnicas).

También se puede realizar una segunda clasificación atendiendo al sector en el que se aplica la biotecnología. Este criterio -que diferencia a las empresas biotecnológicas por colores- resulta el más conocido y utilizado. Des este modo, se diferencia entre:

1. *Biotecnología roja* o sanitaria. Consiste en la utilización de la biotecnología en procesos médicos, destinada a la prevención, diagnóstico y tratamiento de un gran número de enfermedades nuevas y otras conocidas. Es el área de la biotecnología más conocida a consecuencia del impacto social que tienen los desarrollos en salud humana.

2. *Biotecnología verde* o agroalimentaria. Este tipo consiste en un conjunto de tecnologías que emplean organismos y células de plantas para la producción o transformación de alimentos, biomateriales y energía. La biotecnología verde abarca tres áreas principales de investigación:

- Cultivo de plantas in vitro
- Ingeniería genética de plantas
- Producción vegetal asistida por marcadores moleculares

3. *Biotecnología blanca* o industrial. La biotecnología blanca utiliza células vivas como moho, levadura o bacterias, así como enzimas para producir bienes y servicios.

En España un total de 659 empresas realizan actividades relacionadas con la biotecnología, según la *Encuesta de Innovación Tecnológica en las Empresas 2006* realizada por el Instituto Nacional de Estadística (2007). Esta cifra supone un incremento de más del 38% respecto a 2005 y, al igual que sucedía en ese año, casi el 90% de esas empresas cuentan con menos de 250 trabajadores en plantilla.

Las compañías estrictamente biotecnológicas (*biotecs*) son aquellas que tienen a la biotecnología como actividad principal y/o exclusiva. El número total de este tipo de empresas asciende a 211. En cuanto a la distribución geográfica de las empresas en España, la Comunidad de Madrid (24,64%) y Cataluña (24,17%) continúan liderando el ranking. A continuación se encuentran el grupo formado por Andalucía, País Vasco y Valencia.

Tabla 1: Distribución geográfica de las *biotecs* españolas.

Comunidad Autónoma	2006
Madrid	24,64%
Cataluña	24,17%
Andalucía	10,90%
País Vasco	10,43%
Valencia	9,00%
Castilla y León	3,79%
Galicia	3,79%
Asturias	3,32%
Navarra	1,90%

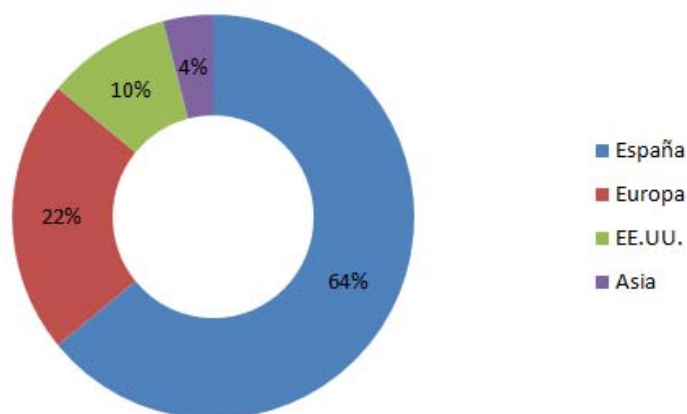
Baleares	1,90%
Murcia	1,42%
Aragón	1,42%
Islas Canarias	0,95%
Extremadura	0,95%
La Rioja	0,47%
Castilla La Mancha	0,47%
Cantabria	0,47%

Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la creación de empresas, durante el año 2007, un total de 75 nuevas empresas completamente dedicadas a la biotecnología comenzaron su actividad en España. Las autonomías que lideraron por segundo año consecutivo la creación de empresas biotecnológicas fueron Cataluña (27%) y Andalucía (20%), por delante de Madrid, Euskadi y Valencia. Por otra parte, destaca la irrupción de Galicia y Castilla León entre las regiones con mayor actividad emprendedora, cada una de ellas con cuatro nuevos proyectos (un 5% del total).

Otro capítulo merece la actividad de alianzas y el desarrollo de negocio. En el siguiente gráfico aparece la distribución de los acuerdos pactados en el sector biotecnológico español en función del origen de la otra parte del acuerdo (ASEBIO, 2008). Predominan, con diferencia, los acuerdos en los que ambas partes son empresas españolas (64%), seguido por los acuerdos con empresas europeas (22%).

Gráfico 1: Alianzas en el sector biotecnológico español en función del origen del *partner* (2007).

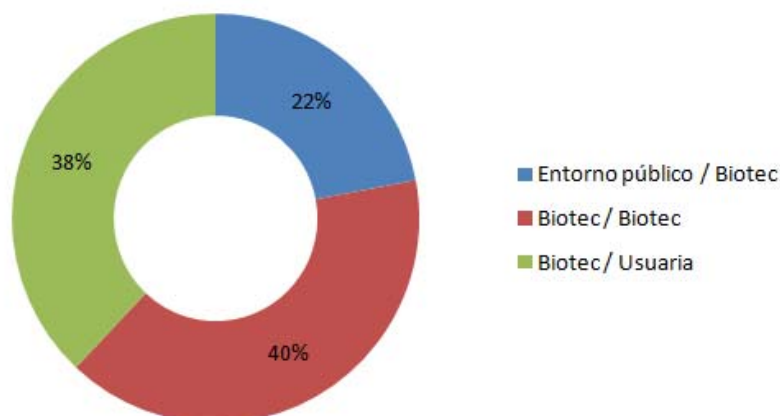


Fuente: Elaboración propia a partir de ASEBIO (2008).

Se ha detectado un total de 79 alianzas, lo que supone un incremento del 52% respecto al análisis realizado en el año 2006. El incremento ha sido más pronunciado en el caso de alianzas entre empresas españolas, de forma que el ratio relativo de internacionalización ha descendido del 43% al 36%. Un 22% de estos acuerdos tuvieron al menos una parte de origen europeo frente al 10% de alianzas con empresas de EE.UU. (15% en 2006).

El 40% de los acuerdos se realizaron entre empresas biotecnológicas y un 38% entre estas empresas con compañías del sector farmacéutico, alimentario, energético u otros; el porcentaje de acuerdos restante se realizó entre compañías biotecnológicas y el sector público (Gráfico 2). Este resultado supone un incremento de la actividad de alianzas entre el sector biotecnológico y sectores usuarios (33% en 2006), uno de los factores críticos de éxito para la consolidación del sector.

Gráfico 2: Distribución de las alianzas de 2007 en función del perfil del *partner*.



Fuente: Elaboración propia a partir de ASEBIO (2008).

3. LA EVALUACIÓN DE LA DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN FINANCIERA EN INTERNET.

En la actualidad, cada vez son más las empresas que difunden su información por Internet. Como consecuencia de este fenómeno, surge la necesidad de definir algunas pautas de actuación para la divulgación digital de la información financiera. Algunas de estas líneas de actuación están siendo objeto de análisis en el ámbito internacional y han sido recogidas en la última década por organismos de prestigio tales como: el *International Accounting Standards Board* (Lymer et al., 1999) y la *International Federation of Accountants* (2002).

Las empresas objeto de la evaluación realizada para esta comunicación son las sociedades cotizadas españolas pertenecientes al sector de la biotecnología. El estudio se ha realizado a cierre del ejercicio 2008, cuando este sector sumaba un total de 9 empresas. Además, se ha realizado un estudio segmentado del sector atendiendo tanto a la rama biotecnológica a la que las empresas pertenecían (*verde, blanca o roja*) como a distintas variables contingentes (dimensión, etc.).

La evaluación de las prácticas de divulgación de información financiera en Internet se basa en las recomendaciones que propuso la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) en su *Código de Buenas Prácticas para la Divulgación de Información Financiera en Internet* (2003).

Consecuentemente, se han tenido en cuenta cuatro aspectos fundamentales sobre la información divulgada por estas empresas en sus páginas Web:

- Contenidos de información sobre el negocio (14 índices utilizados).
- Contenidos de información financiera (7 índices).
- Navegabilidad (7 índices).
- Diseño y accesibilidad (8 índices).

A partir de estos cuatro aspectos, se ha analizado cada página Web con el objeto de cumplimentar el cuestionario de referencia de AECA. Mediante una hoja de cálculo se han tabulado y tratado los datos recogidos, a partir de los cuales se han elaborado las conclusiones del presente estudio. Cabe puntualizar que la tipología del conjunto de variables analizadas es dicotómica (sí/no), por lo que a las empresas que cumplían con la recomendación se les ha asignado el valor uno y las que no el valor cero.

Del total de índices propuestos en el cuestionario de la AECA, se han eliminado cuatro por precisar información de difícil identificación, ya que requería que se diera una determinación situación al visitar la página web (error en los enlaces, etc.). Además, cabe señalar que, para el índice que evalúa la facilidad de utilización de la información suministrada, se ha considerado que el formato PDF (Adobe Reader) no facilita el tratamiento informático ni el análisis posterior de la información financiera. De este modo, las empresas que sólo disponían de ficheros descargables en este formato han sido puntuadas con un cero (No).

4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

En primer lugar, este estudio analiza las prácticas de divulgación de información corporativa de las empresas biotecnológicas cotizadas. Este primer análisis tendría que permitir identificar qué empresas y ramas son las más responsables en la divulgación de su información corporativa mediante Internet.

En segundo término, este estudio examinará los criterios informativos de las *biotecs* cotizadas. De este modo, mediante la determinación de los criterios informativos más cumplidos (y también de los menos divulgados) este segundo análisis intenta describir las políticas informativas de las biotecnológicas cotizadas.

4.1 ANÁLISIS POR EMPRESAS Y RAMAS

A continuación, mediante cinco tablas, se presentan los resultados del primer análisis con una serie de rankings referidos a cada uno de los distintos aspectos estudiados. Cada tabla se ha confeccionado ordenando de mayor a menor a las empresas según el número de criterios cumplidos.

En primer lugar, a modo de síntesis, cabe hacer referencia a la tabla que integra de forma global todos los aspectos de las prácticas de divulgación de la información financiera en Internet de las empresas biotecnológicas españolas:

Tabla 2: Clasificación global de las *biotecs* españolas en sus prácticas de divulgación de la información financiera en Internet.

	Empresa	Tipo	Total (sobre 36)
1	Repsol YPF S.A.	Blanca	31
2	Abengoa S.A.	Blanca	28
2	Ercros S.A.	Blanca	28
4	Faes Farma S.A.	Roja	26
5	Grifols S.A.	Roja	24
5	Laboratorios Almirall S.A.	Roja	24
7	Puleva Biotech S.A.	Verde	23
7	Zeltia S.A.	Roja	23
9	Natraceutical S.A.	Verde	20

Fuente: Elaboración propia.

Como puede observarse, la empresa que claramente reúne unas mejores prácticas es la petrolera Repsol YPF, ya que del total de 36 puntos que se podían obtener, ha recibido 31 puntos.

A pesar de que la mayoría de las biotecnológicas cotizadas españolas son *rojas* (4), también existen empresas *blancas* (3) y *verdes* (2). En función de su pertenencia a las distintas ramas biotecnológicas, llama la atención como en la clasificación global anterior, las tres empresas blancas ocupan los primeros puestos del ranking. Además, las *rojas* aparecen agrupadas en la zona intermedia de la tabla mientras las dos cotizadas verdes ocupan los últimos puestos de la clasificación.

Por lo tanto, una primera conclusión general, nos llevaría a afirmar que el subsector de la biotecnología blanca es el que cuenta con mejores prácticas en la divulgación de información financiera en Internet. En situación opuesta se encontraría la biotecnología *verde* (la agroalimentaria) que cuenta con una valoración significativamente menor a las otras dos ramas (en lo que se refiere a empresas cotizadas).

Además de un análisis global de las prácticas de divulgación de las biotecnológicas cotizadas, resulta posible realizar un estudio parcial de los distintos aspectos relevantes recogidos en las recomendaciones de AECA, es decir, información sobre el negocio, información financiera, navegabilidad y diseño y accesibilidad de la Web.

Respecto al primer aspecto relevante (los *contenidos de información sobre el negocio*), el análisis realizado ha generado el siguiente ranking:

Tabla 3: Clasificación de las *biotecs* españolas en sus prácticas de divulgación de información sobre el negocio en Internet.

	Empresa	Tipo	Información sobre el negocio (sobre 14)
1	Repsol YPF S.A.	Blanca	13
2	Abengoa S.A.	Blanca	11
2	Ercros S.A.	Blanca	11
2	Grifols S.A.	Roja	11
5	Zeltia S.A.	Roja	10
6	Laboratorios Almirall S.A.	Roja	9
7	Puleva Biotech S.A.	Verde	8
8	Faes Farma S.A.	Roja	6
8	Natraceutical S.A.	Verde	6

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede comprobar, la clasificación es similar a la global. Así, Repsol YPF es –nuevamente- la empresa con mejores prácticas en lo relativo a la información disponible sobre el negocio. Resaltar que –en comparación con la clasificación global- este apartado supone una fortaleza comparativa para Zeltia mientras supone una debilidad para Faes Farma (ambas biotecnológicas *rojas*).

De nuevo, llama la atención como en la clasificación de las empresas según la información divulgada sobre su negocio, las tres empresas blancas ocupan los primeros puestos del Ranking. Aunque con algún cambio en el orden, las *rojas* aparecen otra vez agrupadas en la zona intermedia de la tabla mientras las dos *biotecs verdes* ocupan nuevamente los últimos puestos de la clasificación.

Por lo tanto, parece evidenciarse que el subsector de la biotecnología blanca es el que cuenta con mejores prácticas en la divulgación de información sobre su negocio en Internet. El caso opuesto viene representado –otra vez- por la biotecnología *verde* que cuenta con una valoración mucho menor a las otras dos ramas.

Un segundo aspecto parcial de análisis es el referido a la divulgación de información financiera mediante Internet. El estudio realizado ha evaluado un total de siete aspectos, a partir los cuales se ha generado el siguiente ranking:

Tabla 4: Clasificación de las *biotecs* españolas en sus prácticas de divulgación de la información financiera en Internet.

	Empresa	Tipo	Información Financiera (sobre 7)
1	Abengoa S.A.	Blanca	7
1	Ercros S.A.	Blanca	7
1	Laboratorios Almirall S.A.	Roja	7
1	Puleva Biotech S.A.	Roja	7
1	Repsol YPF S.A.	Blanca	7
6	Faes Farma S.A.	Roja	6
6	Zeltia S.A.	Verde	6
8	Grifols S.A.	Roja	5
8	Natraceutical S.A.	Verde	5

Fuente: Elaboración propia.

Este apartado es –de entre los cuatro analizados- el que consigue una mayor valoración global. Sin duda, la obligatoriedad de la llevanza y publicación de estados financieros provoca que así sea.

Puede observarse en la clasificación como todas las biotecnológicas (Repsol YPF, Abengoa y Ercros), Almirall (*roja*) y Puleva Biotech (*verde*) cumplen con la totalidad (7) de los requisitos evaluados. En este sentido, se reitera las mejores prácticas en las *biotecs blancas* respecto *rojas* y *verdes* (aunque en este apartado no destacan negativamente las empresas agroalimentarias).

El tercer aspecto a estudiar corresponde a la navegabilidad de las Webs de las biotecnológicas cotizadas. El estudio realizado ha evaluado un total de siete aspectos, a partir los cuales se ha generado el siguiente ranking:

Tabla 5: Clasificación global de las *biotecs* españolas respecto a la navegabilidad de sus Webs en Internet.

	Empresa	Tipo	Navegabilidad (sobre 7)
1	Faes Farma S.A.	Roja	6
1	Repsol YPF S.A.	Blanca	6
3	Abengoa S.A.	Blanca	4
3	Ercros S.A.	Blanca	4
3	Natraceutical S.A.	Verde	4
6	Grifols S.A.	Roja	3
6	Puleva Biotech S.A.	Verde	3
8	Laboratorios Almirall S.A.	Roja	2
8	Zeltia S.A.	Roja	2

Fuente: Elaboración propia.

Las webs de Repsol YPF y de Faes Farma son las que mejor navegabilidad demuestran según los criterios elaborados por AECA (2003). De nuevo, las biotecnológicas *blancas* son las que más criterios cumplen. Por otro lado, pese a que Faes Farma lidera el ranking, el resto de *biotecs rojas* ocupan la parte baja de la clasificación, demostrando una debilidad en el apartado de navegabilidad. Los resultados de las empresas agroalimentarias del sector también son bajos, aunque presentan una mejor calificación media y una menor dispersión.

Por último, el cuarto aspecto parcial que ha contemplado este estudio se refiere al diseño y a la accesibilidad de las páginas Web de las empresas biotecnológicas. Este análisis se ha realizado mediante la evaluación de ocho variables, a partir las cuales se ha generado el siguiente ranking:

Tabla 6: Clasificación global de las *biotecs* españolas respecto al diseño y accesibilidad de sus Webs en Internet.

	Empresa	Tipo	Diseño y accesibilidad (sobre 8)
--	----------------	-------------	--

1	Faes Farma S.A.	Roja	8
1	Natraceutical S.A.	Verde	8
1	Puleva Biotech S.A.	Verde	8
1	Repsol YPF S.A.	Blanca	8
1	Zeltia S.A.	Roja	8
6	Abengoa S.A.	Blanca	6
6	Ercros S.A.	Blanca	6
6	Laboratorios Almirall S.A.	Roja	6
9	Grifols S.A.	Roja	5

Fuente: Elaboración propia.

El apartado de diseño y accesibilidad de las páginas web de las biotecnológicas cotizadas es – junto al de divulgación de información financiera- el que más cumplimiento consigue. No obstante, las conclusiones referidas a este apartado difieren significativamente del resto.

A modo de ejemplo, cabe señalar como las *biotecs verdes* (cuyas prácticas en el resto de apartados obtienen resultados muy discretos) consiguen aquí la máxima valoración posible. Por otro lado, las biotecnológicas blancas (las de mejores prácticas hasta el momento) obtienen cumplimientos significativamente menores al resto de ramas. Sin embargo, Repsol YPF consigue la máxima puntuación posible, evidenciándose nuevamente como la empresa con mejores prácticas tanto en este apartado como a nivel general.

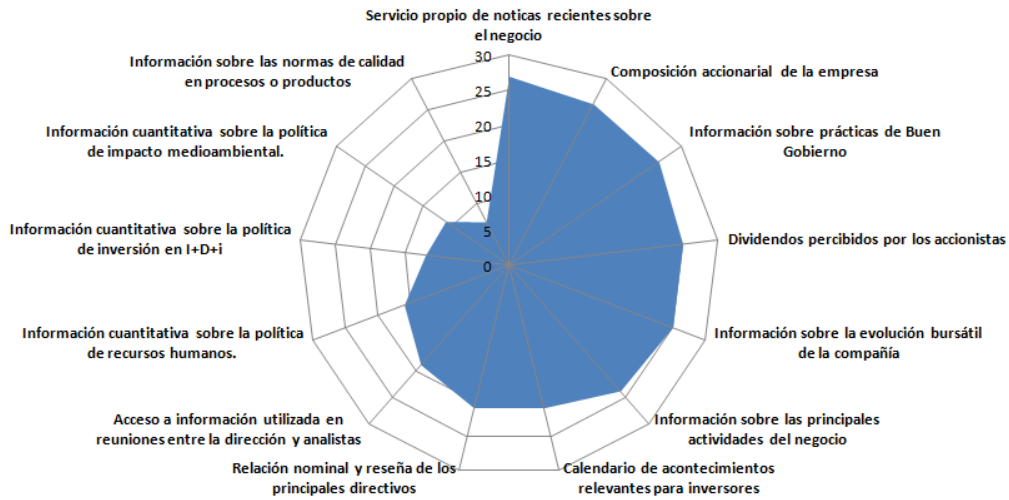
Por su parte, las biotecnológicas *rojas* obtienen una elevada dispersión, destacando positivamente Faes Farma y Zeltia (con la máxima valoración posible) y negativamente Grifols (que sólo cumple cinco criterios sobre ocho posibles).

4.2 ANÁLISIS POR TIPO DE INFORMACIÓN DIVULGADA

El siguiente análisis pretende identificar tanto los contenidos de información corporativa más divulgados por parte de las empresas biotecnológicas cotizadas españolas, como aquellos que son menos difundidos. Para ello, a partir de los criterios establecidos por AECA para determinar buenas prácticas de divulgación de información financiera, se ha identificado sobre qué aspectos las *biotecs* cotizadas reúnen un mayor (y menor) nivel de cumplimiento.

En primer lugar, se pueden observar los catorce criterios que determinan las buenas prácticas de divulgación sobre *información sobre el negocio*. La clasificación de criterios informativos en función de su cumplimiento por las empresas analizadas vendría dada por el siguiente gráfico:

Figura 1: Perfil de la información difundida por las *biotecs* españolas: “Información sobre el negocio”



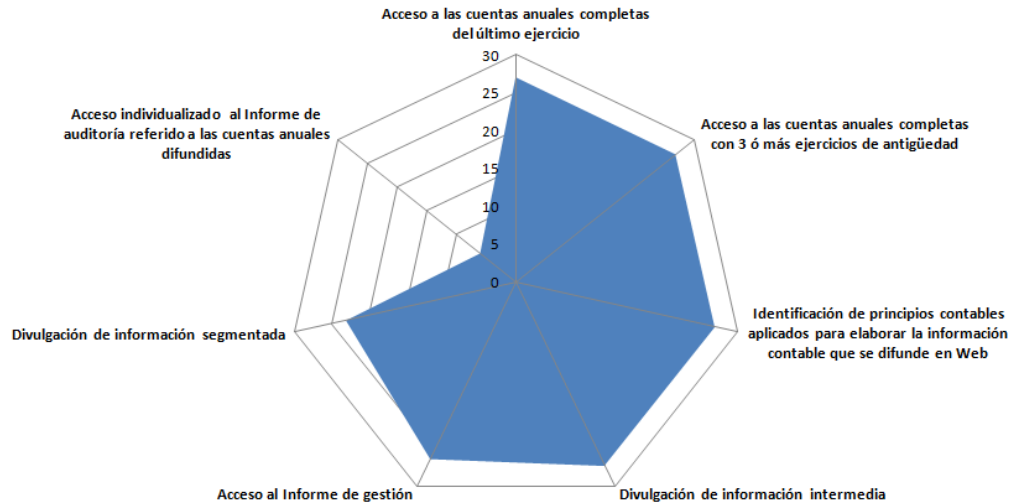
Fuente: Elaboración propia.

Este primer apartado evidencia un nivel de cumplimiento alto (la zona cubierta del perfil es extensa) aunque no destaca claramente con respecto al resto de apartados. Respecto a sus puntos fuertes destaca el hecho de que todas las empresas dispongan de un servicio propio de noticias en su página Web (lo cumplen todas las empresas). También destaca el altísimo nivel de divulgación de la composición accionarial de la empresa, la información sobre las prácticas de buen gobierno, los dividendos percibidos por los accionistas e información sobre la evolución bursátil de la compañía. La divulgación de estos contenidos responde claramente a su carácter obligatorio para las empresas cotizadas.

Por otro lado, los aspectos menos divulgados por las empresas son los referentes a normas de calidad (7/27), impacto medioambiental (11/27), política de inversión en I+D (12/27) y recursos humanos (16/27). Lógicamente, los contenidos menos difundidos corresponden a información de carácter voluntario.

En segundo término, respecto a los contenidos informativos del apartado referido a la *Información financiera divulgada*, las prácticas de las empresas estudiadas arrojan los resultados que figuran a continuación:

Figura 2: Perfil de la información difundida por las *biotecs* españolas: “Información financiera”



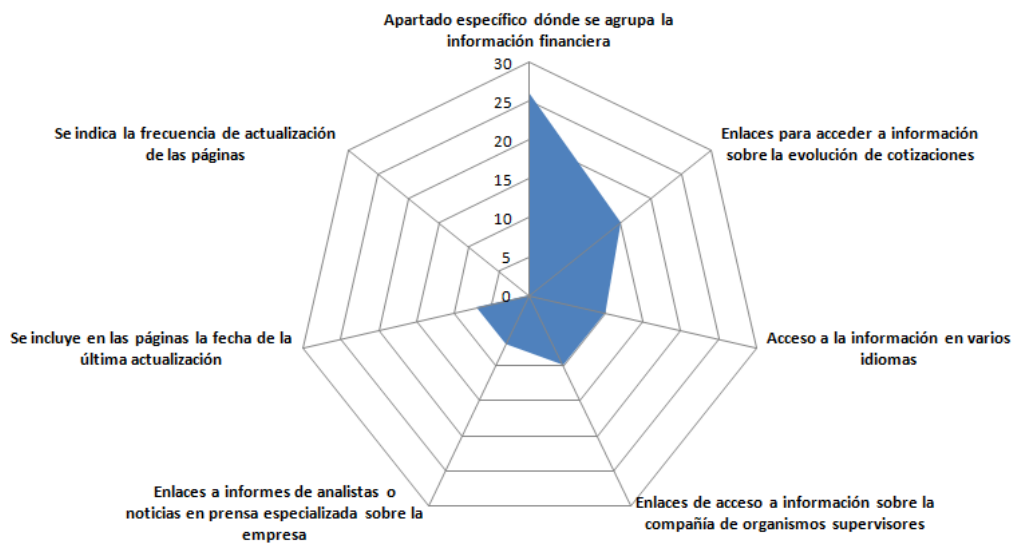
Fuente: Elaboración propia.

Sin ningún género de dudas, estos contenidos son los que se difunden en mayor medida. El hecho de que se trate en su mayoría de información pública (de divulgación obligatoria para las empresas cotizadas en sus páginas Web) es el principal responsable de este altísimo nivel de cumplimiento. Consecuentemente, la mayoría de empresas dispone de información financiera descargable en sus webs.

Tan solo es bajo el valor del índice sobre el acceso individualizado al informe de auditoría, ya que el informe usualmente se encuentra accesible junto a las cuentas anuales de la empresa. Teniendo en cuenta esta salvedad, el perfil dibujado en la figura 2 cubriría la práctica totalidad del gráfico. El resto de contenidos se cumplen en su totalidad (acceso a las cuentas anuales completas del último ejercicio y de tres o más ejercicios de antigüedad, identificación de los principios contables aplicados para la elaboración de la información contable o la divulgación de información intermedia). Tan solo destaca –pese a su elevado cumplimiento– la falta en algún caso de acceso al informe de gestión y de divulgación de información segmentada.

En tercer lugar, cabe analizar los siete criterios de evaluación de la navegabilidad de las páginas web de las biotecnológicas cotizadas. De este modo, el examen de las páginas Web de las *biotecs* permiten establecer la siguiente clasificación:

Figura 3: Perfil de la información difundida por las *biotecs* españolas: “Navegabilidad de la página Web”



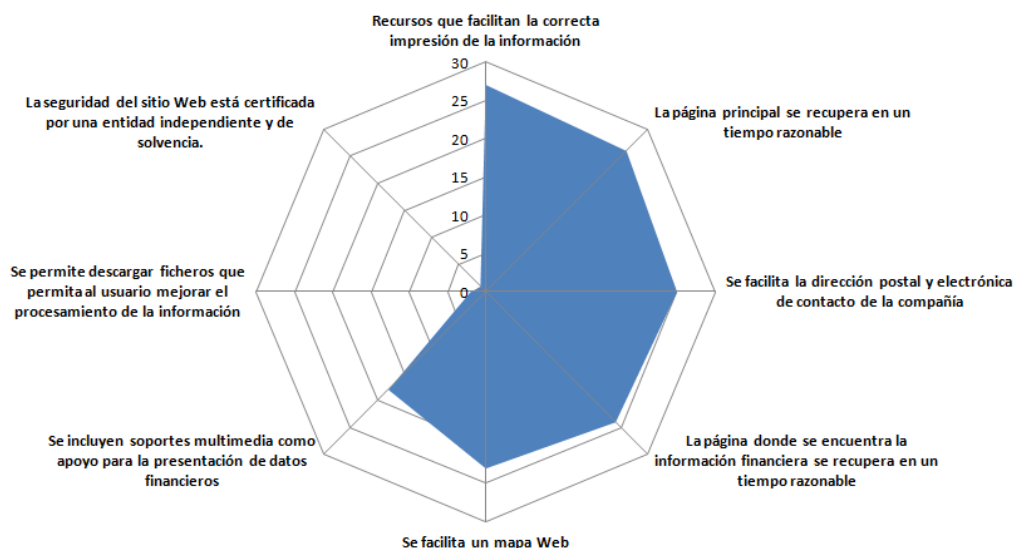
Fuente: Elaboración propia.

El aspecto de navegabilidad es -de forma destacada- el que se cumple de peor modo entre los cuatro apartados estudiados. Una simple observación de la reducida extensión del perfil del gráfico lo hace evidente. La valoración de estas variables resulta muy mejorable, pues la mayoría de índices tienen valores muy bajos, salvo el capítulo referente a “Dispone de un apartado específico en el que agrupa la información financiera que difunde” que es cumplido por casi todas las empresas.

Cabe destacar (por su bajo índice de cumplimiento) los contenidos referentes a “facilitación de enlaces de analistas o noticias en prensa especializada sobre la empresa”, “fecha de la última actualización” o “frecuencia de actualización de las páginas”.

Por último, el cuarto apartado se refiere al diseño y accesibilidad de las webs de las empresas biotecnológicas. El examen de las mismas ha generado el ranking que figura a continuación:

Figura 4: Perfil de la información difundida por las *biotecs* españolas: “Diseño y accesibilidad de la página Web”



Fuente: Elaboración propia.

El capítulo de diseño y accesibilidad de las páginas web es el segundo que mejor cumplimiento recoge, aunque cabe destacar algunos factores anómalamente bajos. De este modo, la mayoría de indicadores calculados recogen cumplimientos muy elevados (como los referentes a las facilidades para la impresión de la información, la recuperación en tiempo razonable de la página, los datos de contacto de la compañía o el mapa web).

Por el lado negativo, destaca (por sus valoraciones prácticamente nulas) la descarga de ficheros que permitan el procesamiento de la información y la certificación de la seguridad del sitio web.

5. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO.

Teniendo en cuenta las orientaciones contenidas en AECA (2003) para la evaluación de las prácticas de divulgación de información financiera en Internet, se puede afirmar que las empresas biotecnológicas cotizadas cuentan con un elevado grado de transparencia.

De forma singular, cabe reconocer las buenas prácticas de la petrolera Repsol-YPF, puesto que consigue la máxima valoración tanto en el índice global como en todos los indicadores parciales (que evalúan la difusión de información sobre el negocio, la información financiera, la navegabilidad de la Web y el diseño y accesibilidad de la misma).

Por extensión, cabe destacar al conjunto de las biotecnológicas blancas como la rama del sector con mejores prácticas de divulgación de información financiera en Internet. Así, las *biotecs blancas* encabezan todos los indicadores a excepción del diseño y accesibilidad de la Web (que constituye su único punto débil).

Las biotecnológicas cotizadas *verdes* son –en términos relativos- las que ejercen peores prácticas dentro del sector, aunque –por el contrario- destacan claramente en el diseño y accesibilidad de la Web y, en menor medida, en la navegabilidad de la misma.

En tercer lugar, las *biotecs rojas* mantienen unas prácticas divulgativas intermedias en el sector, destacando negativamente en el diseño y accesibilidad de la Web y su navegabilidad.

En relación al análisis informativo respecto a la dimensión de las compañías, cabe insistir en el hecho que las 3 biotecnológicas *blancas* son –al mismo tiempo- las *grandes* cotizadas del sector. Análogamente, en términos comparativos, las dos *biotecs verdes* son –a su vez- las empresas más *pequeñas* dentro del presente estudio. Consecuentemente, a partir del ámbito de análisis determinado, se puede establecer una clara correlación entre dimensión y buenas prácticas de divulgación de información financiera en Internet. Las *grandes* empresas (las *blancas*) obtienen las mejores valoraciones en la mayor parte de indicadores analizados. Respecto a las biotecnológicas cotizadas *medianas* y a las *pequeñas*, se podrían extraer conclusiones análogas a las manifestadas para las *biotecs rojas* y *verdes*, respectivamente.

El análisis realizado ha permitido comprobar como la información financiera es –cuantitativamente- la que más ampliamente se difunde por las *biotecs* cotizadas. Este hecho resulta comprensible teniendo en cuenta el carácter obligatorio de la mayor parte de estos contenidos.

La información sobre el negocio de la empresa también consigue una elevada divulgación, a pesar de contar con significativas diferencias. De este modo, se difunde un gran número de información sobre aspectos tales como la composición accionarial, las prácticas de buen gobierno, los dividendos percibidos por los accionistas o sobre la evolución bursátil de la compañía, y –en sentido opuesto- apenas se divulgan contenidos acerca de las normas de calidad seguidas, la información medioambiental, la I+D+i ó la gestión de RR.HH.

Sin lugar a dudas, las peores prácticas del sector se refieren a la navegabilidad de las Web corporativas de las cotizadas. Salvo el aspecto referido al apartado específico dónde se agrupa

la información financiera, el resto de variables medidas consiguen valoraciones prácticamente testimoniales. Esta constituye la principal área de mejora de las *biotecs* cotizadas españolas respecto a la divulgación de su información financiera.

En sentido contrario, resulta necesario destacar el notable desempeño alcanzado por las biotecnológicas en el apartado referente al diseño y accesibilidad de las Web corporativas, dónde alcanzan una elevada valoración en la mayor parte de variables definidas. No obstante, destaca sobremanera –como debilidades- la nula valoración en los apartados de certificación del sitio Web y la imposibilidad de descargar ficheros que permitan un procesamiento de la información por parte del usuario.

6. BIBLIOGRAFIA

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (AECA) (2003): Código de Buenas Prácticas para la Divulgación de Información Financiera en Internet.

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE BIOEMPRESAS (ASEBIO) (2008): *Informe ASEBIO 2007*.

DAHMS A. S. (2004): “Biotechnology: What It Is, What It Is Not, and the Challenges in Reaching a National or Global Consensus”. *Biochemistry and Molecular Biology Education*, Vol. 32, No. 4, pp. 271–278.

GANDÍA CABEDO, J.L. y ANDRÉS PÉREZ, T. (2005): *e-Gobierno corporativo y transparencia informativa en las sociedades cotizadas españolas: un estudio empírico*. Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). Monografía nº 8.

LIZCANO, J.L. (2006): “Buen gobierno y Responsabilidad Social Corporativa”. *Partida Doble* nº 182, noviembre.

LYMER, A.; DEBRECENY, R.; GRAY, G.; RAHMAN, A. (1999): *Business Reporting on the Internet*. A Report Prepared for the International Accounting Standards Committee (IASC). London.

INTERNATIONAL FEDERATION OF ACCOUNTANTS (IFAC) (2002): *Financial Reporting on the Internet*.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) (2007): *Encuesta de Innovación Tecnológica en las Empresas 2006*.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (ONU) (1992): “Convenio sobre la diversidad biológica”, Conferencia de las Naciones Unidas sobre medio ambiente y desarrollo, Río de Janeiro.