



# EVOLUCIÓN DE LA DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN CORPORATIVA EN SITIOS WEB DE SOCIEDADES ANÓNIMAS DEPORTIVAS PROFESIONALES CHILENAS

## EVOLUTION OF THE DISCLOSURE OF CORPORATE INFORMATION ON WEBSITES OF CHILEAN PROFESSIONAL SPORTS LIMITED COMPANIES

FERNANDO MORALES PARADA<sup>1</sup>  
GABRIELA PARRA MELANI<sup>2</sup>  
NICOLE BASTIDAS GONZÁLEZ<sup>3</sup>

### RESUMEN

En Chile el fútbol es el deporte con mayor concentración de jugadores, seguidores e inversores, lo lleva a reflexionar sobre

- 1 Doctor en Contabilidad y Finanzas. Departamento de Administración y Auditoría en Universidad del Bío Bío, Concepción, Chile. Correo electrónico: fmorales@ubiobio.cl. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9046-5407>.
- 2 Ingeniera en Administración de Empresas, Egresada de la Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad del Bío Bío, Concepción, Chile. Correo electrónico: Gabriela.parra1601@alumnos.ubiobio.cl. Orcid: <https://orcid.org/0009-0006-1428-6996>.
- 3 Ingeniera en Administración de Empresas, Egresada de la Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad del Bío Bío, Concepción, Chile. Correo electrónico: Nicole.bastidas1701@alumnos.ubiobio.cl. Orcid: <https://orcid.org/0009-0004-9505-7700>.

Código JEL: M14, M40, M49, Q56, Q58.

Fecha de recepción: 20/01/2024.

Fecha de aceptación: 30/04/2024.

DOI: <https://doi.org/10.18601/16577175.n34.03>.

su información financiera y la tendencia necesaria hacia la gobernanza corporativa, salvaguardando los intereses de los diferentes grupos de interés y, en términos generales, corroborando la asimetría de información presente en el mercado. Esta investigación tiene por objeto analizar la evolución de la información corporativa de las sociedades anónimas deportivas profesionales chilenas en sus respectivas páginas web en los años 2018 y 2020. Cabe mencionar que este sector tiene la obligación de entregar informes financieros a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), pero no de transparentar sus estados financieros en sus páginas web, por lo que no necesariamente los publican.

*Palabras claves:* Chile, divulgación, fútbol, rendición de cuentas, transparencia.

## ABSTRACT

In Chile, soccer has the highest number of players, fans, and investors concentration. This leads to reflecting on its financial information and the necessary trend towards corporate governance, safeguarding the interests of the different stakeholders and in general terms, corroborating the asymmetry of information present in the market. This research aims to analyze the evolution of corporate information of Chilean Professional Sports Corporations on their respective websites, in the periods 2018 and 2020. It is worth mentioning that this sector has the obligation to make financial reports to the CMF, however, it does not have the obligation to make its financial statements transparent on its web pages, so they are not necessarily published.

*Keywords:* Chile, disclosure, football, accountability, transparency.

## RESUMO

O futebol no Chile é o desporto com maior concentração de jogadores, adeptos e investidores. Isso leva a refletir sobre suas informações financeiras e a tendência necessária para a governança corporativa, salvaguardando os interesses das diferentes partes interessadas e, em termos gerais, corroborando a assimetria de informações presentes no mercado. Esta pesquisa tem como objetivo analisar a evolução das informações corporativas das empresas chilenas de esportes profissionais em seus respectivos sites, nos períodos de 2018 e 2020. Vale ressaltar que este setor é obrigado a fazer relatórios financeiros para o CMF, no entanto, eles não são obrigados a tornar suas demonstrações financeiras transparentes em seus sites, portanto, não são necessariamente publicados.

*Palavras-chave:* Chile, divulgação, futebol, responsabilização, transparência.

## INTRODUCCIÓN

La industria del fútbol genera ingresos millonarios a escala internacional. Por ejemplo, en 2022 la Confederación Sudamericana de Fútbol registró US\$444 millones en ingresos (CONMEBOL, 2022), monto que fue distribuido entre la Copa Libertadores y la Copa Sudamericana, torneos que se realizan cada año en el continente, además de la Copa América, campeonato que se lleva a cabo cada cuatro años. El fútbol también es el principal deporte de elección nacional en Chile, y en 2021 recibió US\$12 millones (Asociación Nacional de Fútbol Profesional [ANFP], 2021). En 2005 se promulgó la Ley 0.019 que obliga a los clubes a presentar su información financiera y no financiera para fines regulatorios, y establece, además, que las sociedades se deben someter a auditorías, registrar la información en memorias anuales y presentarla a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), institución que cumple el rol de regulador y, con las nuevas medidas, promueve una mayor transparencia.

La gestión de la información y su revelación están fuertemente ligadas al actual desarrollo tecnológico y globalizado. De acuerdo con Singh *et al.* (2023), se trata de “Reconocer el papel que desempeñan la digitalización y las nuevas tecnologías al permitir que los gerentes globales se comuniquen con el mundo exterior directamente a través de canales digitales independientemente de su ubicación”. La divulgación de información forma parte del entramado del mundo digitalizado, y se entiende como una forma de gestionar las necesidades informativas de los grupos de interés que disminuye las asimetrías de información entre empresas y *stakeholders* (Odriozola y Baraibar-Diez, 2017), por lo que actualmente las empresas se reconocen como entes abiertos (de interés público) a las que cada día se les exige una mayor revelación de información (Salido *et al.*, 2018) de distinta naturaleza, no sólo económica, reafirmando lo que plantean Herrera y Mahecha (2018) quienes señalan que las empresas ejercen poder sobre los distintos actores sociales, lo que impacta, entre otros, la cultura, la comunidad, la política, la tecnología y el medio ambiente. La información financiera debe ser expuesta de manera sistematizada, medida y expresada en términos monetarios con el fin de describir la situación financiera de las empresas (Morales *et al.*, 2012), y su preparación varía según el tamaño y las normas adoptadas para la revelación de información (Sever-Mališ y Dumančić, 2022).

En este estudio se analiza si existe una mayor exposición de los resultados financieros o no financieros del fútbol profesional chileno a través de sus respectivas páginas web.

## MARCO TEÓRICO Y REVISIÓN DE LA LITERATURA

Actualmente los inversionistas tienen acceso a los distintos mercados bursátiles y demandan informaciones de calidad y actualizadas a las compañías de los más

diferentes sectores económicos. Las tecnologías de la información han generado grandes beneficios en las empresas durante las últimas décadas, pues se han consolidado como herramientas que facilitan su éxito. Desde los tiempos incipientes del uso de internet como mecanismo de comunicación masivo se comenzaron a desarrollar importantes recomendaciones relativas a la comunicación corporativa a través de los sitios web (International Accounting Standard Committee [IASC], 1999; Financial Accounting Standard Board [FASB], 2000; Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas [AECA], 2002; International Organizations of Securities Commissions [IOSCO], 2014) los cuales abrieron paso a la discusión del contenido que revelan las empresas.

Tempranamente Stewart (1998) afirmaba que la tecnología informativa se caracteriza por manifestar una dualidad fundamental: por un lado, se puede aplicar a operaciones de automatización de acuerdo con una lógica que casi no difiere de la de un sistema mecánico del siglo XIX, es decir, el reemplazo del cuerpo humano por una tecnología que permite realizar los mismos procesos con mayor continuidad y control; mientras que, por otro, la misma tecnología genera simultáneamente información respecto de los procesos productivos y administrativos mediante los cuales la organización realiza su trabajo. Además, proporciona un nivel más profundo de transparencia de las actividades hasta entonces parcial o totalmente opacas. De esa forma, la lógica tradicional de la automatización se ve superada por la tecnología informativa. Por su parte, Pablos (2012) indica que tanto la información, en el sentido de recurso estratégico, como la adopción de las tecnologías de información y de las comunicaciones, como recurso vital para las organizaciones, hacen indispensable canalizarla y transformarla de forma adecuada mediante el uso de sistemas de información, proceso fundamental para alcanzar y sostener cualquier estrategia competitiva.

La información en la red parece no tener fin, pues a medida que pasan los segundos aparece mucha más y con una velocidad desconcertante, lo que ha originado políticas que buscan establecer un orden, es decir, una especie de “colador” para evitar la información falsa y la desinformación. También existen políticas específicas que regulan la información que presentan las empresas en la web, pues aunque a cada instante se llevan a cabo transacciones exitosas y se difunde información veraz, también ocurren fraudes que pueden llevar a la organización a afrontar conflictos económicos y legales. Diferentes sectores están usando los website basados en EDGAR para divulgar la información proveniente de las compañías cotizadas en el mercado norteamericano (Liu y Zhang, 2023), de los bancos (Samaher *et al.*, 2024) y del sector de las tecnologías (Marrone *et al.*, 2024), o bien para profundizar la divulgación de temas específicos, como el reporte integrado (Muhi y Benaissa, 2023). Como dan cuenta Diwan *et al.* (2023), en criterios ESG se ha tomado la agenda empresarial y las investigaciones en un completo trabajo bibliométrico.

Además de ser un instrumento de ventas, internet también es una herramienta que permite transparentar la información financiera de las compañías. Al respecto

Lizcano (2004) señala que la relación de poder entre la empresa y los clientes es clave para el mutuo desarrollo pues, además de exponer la información corporativa, contribuye a establecer mejoras para la sociedad. Algunos elementos claves hacen que las relaciones empresa-sociedad y su evolución sean distintas, entre ellos, el tamaño, el factor económico, el nivel tecnológico y el sistema político. Briano (2013) señala tres razones por las cuales internet puede beneficiar la información financiera de las corporaciones: la ganancia comercial, la reducción de los costes de agencia o de contratación como señal hacia el mercado de valores, lo que genera un incremento del valor de las acciones, y una información adicional que reduce los costes de capital.

A partir de la promulgación de la Ley 18.046 existe en Chile un creciente interés público por la transparencia corporativa mediante internet. Esta ley regula y obliga a exponer en la página web cierta información; por ejemplo, con anticipación a la fecha en que se celebre la junta, las sociedades anónimas abiertas deben poner a disposición de los accionistas el acta más reciente en su sitio de internet, y en un diario de circulación nacional, en el lugar del domicilio social, toda la información que indique la Comisión sobre balances generales y estados de ganancias y pérdidas previamente auditados.

## IMPORTANCIA DE LA TRANSPARENCIA CORPORATIVA

La aparición en el mercado de las nuevas tecnologías de comunicación ha llevado a las organizaciones, incluyendo los clubes deportivos objeto de estudio de esta investigación, a adoptar un modelo de comunicación corporativa diferente. En ocasiones la transparencia corporativa no es efectiva, como en el caso de la FIFA<sup>4</sup>, institución a la que en 2015 se le inició un proceso por antecedentes de corrupción. El resultado fue que con el fin de transparentar la información y subsanar los errores del pasado, la FIFA, junto a *Transparency International*, comenzó a emitir un reporte financiero respetando las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) que debe ser aprobado por una empresa auditora, por la Comisión de Finanzas, por el consejo y por el congreso de la institución. La exposición pública de esta información evidenció la reducida transparencia de la información en la industria del fútbol; como señalan Coliague y Lago (2020): “solo catorce de las 209 asociaciones nacionales que son miembros de la FIFA –Canadá, Dinamarca, Inglaterra, Hungría, Italia, Japón, Lituania, Nueva Zelanda, Irlanda del Norte, Noruega, Portugal, la República de Irlanda y Suecia– publican la información mínima necesaria para que puedan conocerse sus actividades, el destino de sus fondos y los valores en los que cree la organización”.

---

4 La Federación Internacional de Fútbol Asociación (en francés, Fédération Internationale de Football Association) universalmente conocida por sus siglas FIFA, es la institución que gobierna las federaciones de fútbol en todo el planeta.

Las sociedades anónimas del fútbol profesional están sujetas a normas obligatorias para la transparencia de la información. Es lo que se puede denominar transparencia obligatoria. Jara y Carrasco (2016) indican que la principal información financiera de las entidades deportivas –memoria anual de los estados financieros– se debe presentar dentro del primer cuatrimestre siguiente al cierre del ejercicio anual, lo que significa que a más tardar a finales de abril los *stakeholders* deben poder acceder a una información económica y financiera estructurada que dé cuenta de las actividades desarrolladas durante el año anterior.

Por otra parte, la confiabilidad de la información proporcionada por las entidades deportivas se asocia directamente con la verificación de los antecedentes y los criterios utilizados al momento de confeccionar los estados financieros anuales. Dado esto, la norma de carácter general n.º 201 (svs, 2006a) obliga a auditar los estados financieros incorporados en la memoria anual, para lo cual es necesario que una empresa auditora inscrita en sus registros verifique los antecedentes, como lo solicita el oficio circular n.º 669 (svs, 2011b).

Sin embargo, la transparencia voluntaria en la industria del fútbol responde a diversas motivaciones: la teoría positiva establece una relación entre la información reportada en sus informes anuales y la ventaja competitiva de las empresas, la cual basa sus fundamentos principalmente en controlar el cumplimiento de los contratos; Watts y Zimmerman (1986) afirman que uno de los motivos esgrimidos para regular la información que suministran las empresas consiste en establecer unos mínimos a cumplir en el conflicto de intereses; por su parte, Giner (1995) explica la política de información financiera mediante la Teoría de la señal, que plantea que la asimetría de información entre la empresa y sus inversores puede generar algunos problemas de selección adversa, lo cual se puede evitar cuando la empresa aprovecha su ventaja informativa emitiendo señales, es decir, divulgando información privada; A su vez, la Teoría de la legitimidad (Giner, 1995) detalla la existencia de un “contrato” entre las organizaciones y la sociedad, mediante el cual la comunidad solicita y recibe los servicios de las empresas, y en contraprestación estas reciben la aprobación de la sociedad.

Las divulgaciones se pueden clasificar en financieras y no financieras. La *información financiera* corresponde al aspecto contable de la empresa, e incluye los balances, los estados de resultado, las declaraciones juradas y los informes de ingresos y egresos de cada club nacional. Este tipo de información proviene de la contabilidad de las organizaciones, por lo que es de tipo cuantitativo y se expresa en unidades monetarias y descriptivas, evidenciando su posición y desempeño financiero, y su principal objetivo es permitirle al usuario tomar decisiones económicas informadas (Coliague y Lago, 2020). De acuerdo con Morales *et al.* (2012) la “era de la transparencia” no es solo un aspecto novedoso de los negocios, sino que supone un cambio cultural pues actualmente la imagen corporativa se construye a través de internet, de forma que una búsqueda en Google puede determinar la percepción que se tiene de una organización con niveles de publicidad multimillonarios.

Gandía y Pérez (2005) consideran que la tecnología cumple un rol positivo en la solución de algunos problemas relacionados con la información financiera y el gobierno corporativo pues, dadas las características de internet, puede aportar para que la información financiera llegue a los *stakeholders* oportuna y periódicamente.

Por mucho tiempo la Internet se consideró un espacio virtual informativo comercial, sin embargo gradualmente se ha venido convirtiendo en un espacio de comunicación corporativa. En sus inicios las organizaciones utilizaban espacios en internet para presentar sus productos a los clientes, no obstante, con el paso del tiempo han aprovechado su potencial para mejorar su relación tanto con los actuales como con los potenciales inversionistas (Caba y Castillo, 2003). Al realizar una comparación se evidencia que los beneficios son superiores a los costos, pues las organizaciones se caracterizan por su proactividad frente a la revelación de información, superando la exigida por medio de leyes (Malgioglio *et al.*, 2013).

Por su parte, la *información no financiera* plasma datos de índole social o medioambiental que generan un gran impacto en cuanto a su divulgación. Actualmente a las empresas se les demanda cada vez más información de calidad por lo que son mucho más abiertas y transparentes. En suma, con el paso de los años la información de los estados financieros dejó de ser suficiente para los interesados, pues cada día es más necesario complementarla con información no financiera que incluya aspectos sociales y medioambientales (Hernández *et al.*, 2018). Muchos profesionales y personas del mundo académico reafirman el nuevo paradigma del ámbito empresarial que refuerza su responsabilidad social y ambiental, por lo que las empresas han comenzado a considerar la necesidad de incrementar la cantidad y la calidad de la información que transparentan con el fin de que no contenga solo los estados financieros (Longinos *et al.*, 2008).

La divulgación de información no financiera se basa en la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), herramienta que permite mitigar el impacto negativo de la actividad de las organizaciones sobre los derechos humanos (sociales, laborales y medioambientales). Aunque las empresas deben acatar y ejecutar la legislación laboral vigente, cuentan con capacidades para ampliar y perfeccionar las condiciones establecidas. Teixeira (2020) indica que la conciliación forma parte de las acciones de RSC que las empresas pueden impulsar por diversos motivos, el principal de ellos ofrecer mejores condiciones laborales a sus empleados/as (Aranzadi, 1976). La esencia de la responsabilidad es la existencia de libertad y de voluntariedad (Aranguren Gómez y Ochoa Laburu, 2008).

## DISEÑO, MÉTODOS Y MUESTRA

Esta investigación es de tipo mixto, con un diseño no experimental de corte evolutivo, en la que se analiza el contenido de información corporativa en los sitios web de sociedades anónimas o corporaciones controladoras de clubes de fútbol profesional del mercado chileno. El enfoque cumple las condiciones para ser descriptivo

y explicativo, ya que en primer lugar se recopiló, ordenó y analizó la información del nivel de divulgación evaluada, y la relación estadística entre variables en las empresas de la muestra.

La muestra es de tipo no probabilística, por selección de todas las sociedades de la primera división A del fútbol profesional y se utiliza para comparar cualitativa y cuantitativamente la expuesta en 2018, además de sumar las nuevas variables presentes en 2020. La muestra inicial correspondía a dieciséis clubes que competían en primera división profesional, no obstante, Unión La Calera no contaba con sitio web por lo que solo se incluyeron quince clubes.

Actualmente en la división de horno de la Asociación Nacional de Fútbol Profesional participan dieciocho clubes, aumento que se explica por cuanto no hubo descensos en el último torneo, lo que a su vez fue generado por la contingencia social que afectó la actividad en el país. Para efectos de esta investigación se analizaron todos los clubes participantes en el torneo, pues todos cuentan con página web. En la tabla 1 se presenta la muestra analizada en 2018 y 2020.

Tabla 1. Clubes de fútbol profesional que participan en la Liga 2018 y 2020

n.º	Muestra 2018	n.º	Muestra 2020
1	Universidad Católica	1	Universidad Católica
2	Universidad de Concepción	2	Universidad de Concepción
3	Universidad de Chile	3	Universidad de Chile
4	Antofagasta	4	Antofagasta
5	Colo-Colo	5	Colo-Colo
6	Unión Española	6	Unión La Calera
7	O'Higgins	7	Unión Española
8	Huachipato	8	O'Higgins
9	Audax italiano	9	Huachipato
10	Curicó Unido	10	Audax italiano
11	Everton de Viña del Mar	11	Everton de Viña del Mar
12	Deportes Iquique	12	Deportes Iquique
13	Palestino	13	Palestino
14	Deportes Temuco	14	Coquimbo Unido
15	San Luis de Quillota	15	Santiago Wanderers
		16	La Serena
		17	Cobresal
		18	Curicó Unido

Fuente: elaboración propia.



## DISEÑO Y MÉTODOS

Para llevar a cabo esta investigación fue necesario realizar una revisión experimental de la información financiera y no financiera de las sociedades anónimas de fútbol profesional, por lo que los datos se definieron teniendo en cuenta su divulgación en las plataformas oficiales de cada sociedad, el grado de comparabilidad y su evolución, de acuerdo con dos momentos: 2018 y 2020.

Previo a la investigación de 2020 se corroboró la lista de chequeo de las cincuenta y siete variables dependientes utilizadas inicialmente (agrupadas en cinco dimensiones de acuerdo con sus similitudes), y se incorporaron cuatro variables nuevas: responsabilidad social de los clubes, masificación de las redes sociales, posesión de accesibilidad sencilla y afectación del sector por la pandemia del Covid-19, de forma que en total se evaluaron sesenta y una variables. Es importante señalar que para evitar que la serie temporal y el índice de medición se vieran afectadas, lo que a su vez afectaría a la comparabilidad, las nuevas variables se agruparon separadas de las evaluadas en el estudio anterior (Parra y Morales, 2020).

Las dimensiones y el número de variables, aplicadas también en Morales y Jarne (2022), son las siguientes:

1) *Dimensión rendición de cuentas*. Contiene el balance general, el estado de cambios en el patrimonio, la situación financiera, los flujos de efectivo, las notas explicativas de los estados financieros y la memoria anual. Se compone de catorce variables.

2) *Dimensión compañía y estrategia*. Considera los aspectos relacionados con la sociedad, entre otros, la carta del presidente de la compañía (como documento independiente de la memoria), la divulgación del equipo de gobierno, el organigrama, la información relativa a las juntas directivas y los accionistas, la composición accionaria, los pagos de dividendos, la estructura empresarial, los estatutos administrativos y el contrato de concesión. Esta dimensión se compone de once variables.

3) *Dimensión análisis financiero*. Se basa en la forma de presentar la información, por ejemplo, si se realiza mediante tablas o gráficos, y considera, entre otros aspectos, la proporción de las S.A.D.P. de los ratios financieros, la información cuantitativa de los impactos de implementar NIIF (IFRS). Cuenta con seis variables.

4) *Dimensión transparencia*. Considera las variables relacionadas con los informes de riesgo, los códigos de ética, los informes del auditor externo, el gobierno corporativo, la posesión de accesibilidad sencilla y la presentación de información de RSE. Se compone de siete variables.

5) *Dimensión funcionalidad*. Permite evaluar la funcionalidad de la plataforma y lo que se realiza en ella, por ejemplo, establecer contactos, crear una tienda online, establecer vínculos en redes sociales, divulgar información sobre el Covid-19, entre otros. Esta dimensión se compone de veintitrés variables.

Respecto de la recolección de los datos utilizados para medir la divulgación de la información, y que han sido clasificados por dimensiones, se sigue a Kaymak y Bektas (2017) quienes realizan un estudio similar al de Frías-Aceituno *et al.* (2013; 2014) y Fuente *et al.* (2017) relacionado con informaciones sobre RSE a partir de *Transparency International*. Otros autores como Gutiérrez-Ponce *et al.* (2022) y Li *et al.* (2022), han centrado sus estudios en los criterios ESG de las empresas; Baalouch *et al.* (2019) y Miklosik *et al.* (2021) en los estándares GRI; García-Sánchez *et al.* (2020) en los informes de RSE, o Tubay y De León (2020) que han construido instrumentos de recolección de datos basados en la literatura donde se proponen algunos ítems a evaluar. Con base en esos trabajos se fundamentaron la técnica y los instrumentos utilizados como un método validado en trabajos previos. A partir de las variables y los datos recolectados se elaboraron índices parciales de los resultados, y un índice total de la información recogida:

$$IDFrc = \frac{\sum \text{Puntos obtenidos en el apartado}}{\sum \text{Total puntos de esta dimensión (14)}} * 100$$

$$IDFtran = \frac{\sum \text{Puntos obtenidos en el apartado}}{\sum \text{Total puntos de esta dimensión (7)}} * 100$$

$$IDFce = \frac{\sum \text{Puntos obtenidos en el apartado}}{\sum \text{Total puntos de esta dimensión (11)}} * 100$$

$$IDFunc = \frac{\sum \text{Puntos obtenidos en el apartado}}{\sum \text{Total puntos de esta dimensión (23)}} * 100$$

$$IDFaf = \frac{\sum \text{Puntos obtenidos en el apartado}}{\sum \text{Total puntos de esta dimensión (6)}}$$

$$0 < IDFX < 100$$

## RESULTADOS

### *Análisis de la información financiera de los clubes de fútbol profesional*

Todos los clubes en competencia enviaron su información financiera del año anterior tanto a la Asociación Nacional de Fútbol Profesional (ANFP) como a la Comisión de Mercado Financiero (CMF) dentro del primer cuatrimestre del año

2020, cumpliendo así con lo que indica el artículo 6.º de la Ley 20.019. Por su parte, el club que no envió información en 2018, lo hizo en este periodo de estudio, aunque extemporánea, lo que de igual forma indica una mejoría.

Tabla 2. Estadísticos descriptivos de la investigación

Dimensión	Año	Promedio %	Desviación %	Máx. %	Mín. %	Rango %
Rendición de cuentas	2020	37	44	100	0	100
	2018	32	38	93	0	93
Compañía y estrategia	2020	33	41	100	0	100
	2018	26	32	82	0	82
Análisis financiero	2020	33	44	100	0	100
	2018	31	40	83	0	83
Transparencia	2020	23	28	86	0	86
	2018	20	29	100	0	100
Funcionalidad	2020	46	16	68	5	64
	2018	45	13	65	15	50

Fuente: elaboración propia.

### *Análisis estadístico descriptivo dimensión rendición de cuentas*

En esta dimensión se estudió la divulgación de la situación financiera, el estado de los cambios en el patrimonio, los flujos de efectivo, el estado de resultados y las notas explicativas de los estados financieros, así como la memoria anual, en las respectivas páginas web de los clubes.

En esta dimensión se observó un incremento del 5% en el cumplimiento de la divulgación respecto de la revisión de 2018; además, la desviación estándar fue elevada, lo que indica que se mantiene la diferencia entre los valores máximos y mínimos. La desviación estándar aumentó en un 6%, lo que se explica porque el menor cumplimiento de las variables de esta dimensión se atribuye a diez clubes, dos más que en 2018, por lo que es posible afirmar que el 56% de los clubes no divulgaron la información y que el 44% restante se encuentra sobre el promedio de cumplimiento e incluso aumentó su promedio respecto del promedio anterior.

Por último, la cantidad de clubes con cumplimiento sobre el promedio se incrementó en un 14%. Adicionalmente, el 86% mantuvo o aumentó sus porcentajes de cumplimiento respecto del estudio de 2018, superado sólo por el club Santiago Wanderers (recién incorporado).

### *Análisis estadístico-descriptivos. Dimensión compañía y estrategia*

En esta dimensión se estudió la presencia en las páginas web de elementos relacionados con la compañía y su gobernanza, la presencia de una carta del presidente (como documento independiente de la memoria), la divulgación del equipo de gobierno, el organigrama, la información sobre las juntas directivas y de accionistas, la composición accionaria y los pagos de dividendos, entre otros.

En la tabla 2 se observa un aumento del 7% del promedio y una gran dispersión de datos, lo que se explica por la desviación estándar, que a su vez se refleja en los valores máximos y mínimos en un amplio rango entre 82 y 100%. El incremento de esta dimensión se explica porque en 2018 solo dos organizaciones presentaron promedios iguales al máximo (82%), mientras que en este periodo cinco organizaciones presentaron valores iguales o superiores.

Al igual que en el periodo anterior, la variable “Divulga equipo de gobierno de la empresa” fue la de mayor presencia en los clubes, pese a disminuir en un 16%. En contraposición, las variables “Divulga contrato de concesión” y “Posee carta del presidente de la compañía (documento independiente de la memoria)” se mantuvieron como las de menor presencia, pues solo dos clubes las evidenciaron.

### *Análisis estadístico-descriptivos. Dimensión análisis financiero*

En sus respectivas páginas web divulgaron, entre otros, los estados contables, los resúmenes de los estados contables y las ratio financieras del ejercicio 2019, lo que evidencia un bajo cumplimiento de dicha dimensión, con un promedio de 46% (entre los dieciocho clubes); no obstante, se observó un incremento del 15% respecto del periodo anterior (con un incremento máximo de un 68% y mínimo de 5% en la divulgación mediante sus plataformas).

Las variables “Divulga información on-line de bolsa o precio de la acción en tiempo real” y “Divulga gráficos y/o cuadros explicativos de situación financiera”, tuvieron menor presencia de información dentro de dicha dimensión. Las cuatro variables restantes obtuvieron un porcentaje más alto de información (39%). Las variables menos divulgadas se mantuvieron en ambos periodos, aunque en 2019 se observó una mayor divulgación de los clubes, por ejemplo, el Club deportivo Huachipato pasó de no difundir nada de información en su sitio web en 2018 a un 40% en 2019.

### *Análisis estadístico-descriptivos. Dimensión transparencia*

En este apartado se estudia la existencia de buenas prácticas de revelaciones corporativas, por ejemplo, la presencia de un código de ética, un código de buen gobierno o la disponibilidad del informe de auditores independientes, y se observaron amplias diferencias, pues la máxima correspondió a un 86% y la mínima a

0%, con un promedio de 23%. De otra parte, hubo un incremento en cuanto al promedio de información, ya que aumentó la cantidad de clubes que publicaron al menos una variable de esta dimensión.

La obtención de una desviación estándar superior al promedio se debió a la amplia diferencia entre los valores máximo y mínimo, en la cual el 57,7% de las empresas evaluadas promediaron un 0%, mientras que solo Cruzados S.A.D.P. alcanzó el promedio máximo de 86% en 2019, al igual que en el año anterior.

Las variables “Posee código de buen gobierno (o prácticas corporativas)”, “Posee información sobre buen gobierno (o prácticas corporativas)” y “Posee código de ética” tuvieron menor presencia con un promedio de 6%. Estas variables se mantuvieron con bajos niveles de divulgación desde 2018, lo cual es relevante considerando los cuestionamientos que surgidos a partir de las malas prácticas en el fútbol a nivel nacional e internacional. Entre ambos periodos se observó una diferencia respecto de la variable “Responsabilidad social”, con un 39% de divulgación, lo cual es cada vez más necesario para conocer el impacto de una empresa en la comunidad.

### *Análisis estadístico-descriptivos. Dimensión funcionalidad*

Esta dimensión arrojó la desviación estándar más baja entre las cinco analizadas. En el periodo 2018 también obtuvo los mejores puntajes respecto de la divulgación de información. Al analizar los máximos y mínimos, se observó que solo el Club de Deportivo Palestino S.A.D.P. obtuvo un promedio más bajo (5%); sin embargo, en 2018 ese lugar lo ocupó Deportes Antofagasta mientras que en el extremo opuesto estaba Club Deportivo Palestino S.A.D.P., el cual bajó drásticamente su divulgación en la dimensión de funcionalidad. Los porcentajes más altos de divulgación correspondieron a Cruzados S.A.D.P. y Deportes Iquique S.A.D.P. con un 68 y un 64% respectivamente.

En esta dimensión se estudiaron veintidós variables, de las cuales solo tres (“Posee buzón de sugerencias”, “El sitio web posee información financiera en inglés” y “Posee contador de visitas”) no fueron divulgadas en ninguna página web de la muestra correspondiente a los años 2018 y 2019. Por otra parte, las variables “Posee información sobre el campeonato actual (próximo partido, Tabla de posiciones)”, “Posee un espacio de novedades o noticias actualizado” y “Posee vínculo hacia sus redes sociales” fueron presentadas en diecisiete de los dieciocho clubes investigados en 2019, situación idéntica a la del año 2018.

Por último, esta dimensión consideró la variable “Informa medidas sobre Covid”, que afectó en particular al año 2020, y que posee un promedio de 33%, puesto que seis de los dieciocho clubes han publicado en sus plataformas las medidas y protocolos tomados frente a la pandemia que afectó a Chile y el mundo. En la dimensión de transparencia se corroboró que un 39% de los clubes cumple con la divulgación del compromiso con la responsabilidad social, aunque solo se reflejó el aspecto social, pues no se presentó información relacionada con el cuidado del

medio ambiente (importante en la economía y sociedad actual). Lo anterior va en la línea de Wang y Xing (2024) quienes confirman que la divulgación de datos ESG (Covid es por naturaleza social) y la transformación digital corporativa mejoran el valor de las empresas, y que la influencia de la divulgación de datos ESG en la información sobre los precios de las acciones es mayor para las empresas estatales.

### *Análisis estadístico-descriptivos de la investigación*

En este apartado se elaboró un promedio total de las variables evaluadas a partir de las cinco dimensiones estudiadas. En la tabla 3 se observa un promedio de 3% de las dimensiones estudiadas en el total de la muestra, y se obtiene una desviación estándar que mantiene una tendencia en la mayoría de las dimensiones.

Tabla 3. Estadísticos descriptivos promedios del índice total

Año	Promedio %	Desviación %	Máx. %	Min. %	Rango %
2020	34	33	85	1	84
2018	31	28	82	3	79

Fuente: elaboración propia.

Al analizar los valores máximos y mínimos se obtuvo que en 2018 seis de las organizaciones deportivas se posicionaron sobre el promedio, mientras que en 2020 fueron siete, aumento que se explica porque en 2020 se incorporaron tres clubes a la división, de los cuales uno divulgó más información entre sus pares.

Tabla 4. Ranking de entidades con mayor grado de divulgación financiera y no financiera (cifras en %)

		IDFrc		IDFce		IDFtran		IDFaf		IDFfunc		Total	
		2018	2020	2018	2020	2018	2020	2018	2020	2018	2020	2018	2020
1	U. Católica	79	93	82	82	100	86	83	100	65	64	82	85
2	Santiago Wanderers	-	100	-	91	-	43	-	100	-	68	-	80
3	U. de Chile	93	93	73	82	40	57	67	83	50	59	64	75
4	Audax italiano	79	93	18	73	40	57	83	83	50	64	54	74
5	Palestino	70	93	82	91	40	43	67	83	65	59	65	74
6	Colo-Colo	79	93	64	100	40	43	83	83	40	45	61	73
7	O'Higgins	36	43	36	45	40	57	83	67	50	55	49	53

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 4 se observa el ranking elaborado a partir del mayor porcentaje de divulgación financiera del año 2020, donde el club que ocupa el segundo lugar no participó en el torneo del periodo 2018, por lo que no es posible compararlo. Además, se observa que los seis clubes que se posicionaron sobre el promedio total en el año 2018 se repitieron en 2020, aunque con algunos cambios de posición en el ranking. En el otro extremo están los clubes que se ubican al final del ranking, comportamiento que se repite con el paso de los años y cuya divulgación de información se mantiene bajo el 10% y solo se evidencia presencia en la dimensión de funcionalidad.

Tabla 5. Organizaciones deportivas profesionales con menor cumplimiento de divulgación (2018) (cifras en %)

Entidad	IDFrc	IDFce	IDFtran	IDFaf	IDFfunc	Total
Universidad de Concepción	0	0	0	0	40	8
Unión Española	0	0	0	0	40	8
Huachipato	0	0	0	0	40	8
Iquique	0	0	0	0	30	6
Deportes Antofagasta	0	0	0	0	15	3

Fuente: elaboración propia.

Tabla 6. Organizaciones deportivas profesionales con menor cumplimiento de divulgación (2020)

Entidad	IDFrc %	IDFce %	IDFtran %	IDFaf %	IDFfunc %	Total %
Huachipato	0	0	0	0	41	8
Coquimbo Unido	0	0	0	0	41	8
Universidad de Concepción	0	0	0	0	36	7
Unión La Calera	0	0	0	0	32	6
Deportes Antofagasta	0	0	0	0	5	1

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a las características, los clubes deportivos profesionales más antiguos poseen mayor transparencia y divulgación de su información, pues su edad promedio es superior a los cien años. Por su parte, las empresas con menor divulgación de información tienen como promedio sesenta y siete años de antigüedad. Con respecto a la presencia de la cuota de género en la directiva de los dieciocho clubes estudiados, se tiene que la tasa de participación fue de 2%. Además, la presencia

de mujeres en el directorio se detectó sólo en un 17% de las organizaciones, con lo cual se desprende que el 50% de las organizaciones con mayor divulgación de su información posee cuota de género, mientras que ninguna de las organizaciones con menor divulgación cuenta con mujeres en su directorio.

A partir de los aumentos y disminuciones observados en los análisis previos es preciso aplicar una prueba de rango, con signo de Wilcoxon, no paramétrica, que permite comparar el rango de ambas muestras para determinar la existencia de diferencias entre ellas, en la cual la hipótesis nula será que no existe aumento de la transparencia o divulgación de información a través de sus páginas web por medio de las S.A.D.P., y la hipótesis alternativa será que existe un aumento significativo en la divulgación de la información a través de las páginas web del periodo 2018 al periodo 2020.

Tabla 7. Estadísticos de prueba de Wilcoxon (variables estudiadas)

b. Se basa en rangos negativos.

	2020-2018
Z	-,666 <sup>b</sup>
Sig. asintótica(bilateral)	0,506

Fuente: elaboración propia.

Considerando los resultados obtenidos ( $p > 0.05$ ), se debe rechazar la hipótesis alternativa, reafirmando la hipótesis nula, la cual dice que las organizaciones deportivas profesionales no tuvieron un aumento significativo en la divulgación de información a través de sus páginas web en el periodo 2018 a 2020.

Tabla 8. Estadísticos de prueba de Wilcoxon por dimensiones estudiadas

Dimensión	Sig. Asintótica (bilateral)	Nivel de sig. %
Rendición de cuentas	0,17	17
Compañía y estrategia	0,53	53
Transparencia	0,07	7
Análisis Financiero	0,25	25
Funcionalidad	0,94	94

Fuente: elaboración propia.

Una vez analizadas a través de la misma prueba las dimensiones estudiadas, se evidencia que la hipótesis se mantiene y que no es posible comprobar una diferencia significativa entre el aumento en la divulgación de la información por medio de



las páginas web de las organizaciones deportivas profesionales. Este resultado es contrario al estudio con una muestra más amplia para el mercado latino realizado por Jarne y Morales (2023) en el que la tendencia es un incremento de informaciones, no sólo de carácter financiero, sino especialmente de tipo no financiero, y de mejora de la funcionalidad de las páginas web, pero la medición fue realizada con diez años de diferencia, lo que es muy distinto al presente trabajo que revisa las webs de las sociedades-clubes con sólo dos años de distanciamiento.

## CONCLUSIONES

Esta investigación tuvo como base los planteamientos teóricos relacionados con la importancia de la divulgación financiera y no financiera en las páginas web que reconocen al internet como un recurso estratégico capaz de generar un importante proceso evolutivo para las organizaciones. Este trabajo se originó en la necesidad de identificar la divulgación de información a través de la web que fue medida en el estudio exploratorio de Parra y Morales (2020).

El estudio mostró que la dimensión funcionalidad (IDFFunc) está presente en todas las organizaciones y favorece la transmisión de información relacionada con los espectáculos, las campañas futbolísticas, los campeonatos en curso y las novedades o noticias actualizadas a sus *stakeholders*. La dimensión transparencia (IDFtran) se posicionó nuevamente (respecto de 2018) como la dimensión con menor presencia, no logrando superar el 23% de cumplimiento, mientras que la dimensión compañía y estrategia (IDFce), tuvo un promedio de 33% e hizo presencia en solo el 50% de los clubes estudiados. La prueba de Wilcoxon permitió afirmar que no hubo un incremento significativo de presencia de las informaciones divulgadas, medida por las variables estudiadas del periodo 2018 a 2020.

En general, este estudio permitió evidenciar un leve incremento de la presencia de las variables estudiadas; sin embargo, no se observó lo mismo en la cantidad de compañías que realizan divulgación de información mediante sus plataformas. Además, se observó que el tiempo (en años) se relaciona con la información corporativa, y que la presencia de cuota de género en el directorio es específica de las organizaciones con mayor porcentaje de divulgación. A partir de los hallazgos es posible concluir que la información que divulgan las organizaciones deportivas profesionales no es suficiente para suponer que son transparentes, siendo necesario implementar normativas más fuertes y una fiscalización efectiva que genere estrategias de transparencia en materia financiera-contable, como un mínimo necesario para mejorar el funcionamiento del mercado, y además, en aspectos vinculados a la sostenibilidad en su más amplio sentido. Adherimos, entonces, a las ideas planteadas por Kandpal *et al.* (2024): “de cara al futuro, los mandatos regulatorios, la integración tecnológica y las expectativas cambiantes de las partes interesadas, especialmente de las generaciones más jóvenes, darán forma al futuro de la RSE y ESG”.

Este estudio presenta múltiples derivaciones, entre ellas, abordar en el corto plazo si la información financiera emitida por los clubes cumple con lo exigido en la Ley n.º 20.019; como también ampliar la muestra a clubes de otras divisiones. También sugerimos extender las variables de estudio a un énfasis en materias de lavado de activos y corrupción, ámbitos cada día más observados por el regulador nacional, así como no descuidar el medioambiente, la gobernanza y la sociedad, que para el mercado regulado comienza a ser obligatorio a partir de las normas emitidas por el regulador del mercado local.

## REFERENCIAS

- Asociación Nacional de Fútbol Profesional (ANFP) (2021) *Estados financieros Federación de futbol de Chile*. <https://www.anfp.cl/documentos/c18a454075af365716f170d77820ae99.pdf>.
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) (2002), *Código de buenas prácticas para la divulgación de información financiera en Internet*. <https://www.aeca.es/old/comisiones/nuevastecnologias/nt1completo.pdf>.
- Aranguren N. y Laburu, E. O. (2008). Divulgación de Información sobre empleados y medio ambiente en España y Alemania: una nota de investigación. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 11(2), 123-142. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2883489.pdf>.
- Aranzadi, D. (1976). *Cooperativismo industrial como sistema, empresa y experiencia*. Universidad de Deusto.
- Baalouch, F., Ayadi, S. y Hussainey, K. (2019). A study of the determinants of environmental disclosure quality: evidence from French listed companies. *Journal of Management and Governance*, 23, 939-971. <https://doi.org/10.1007/s10997-019-09474-0>.
- Briano, G. (2013). Transparencia de la información Corporativa en internet de las empresas del Ibex 35. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 16, 187-208. [https://accid.org/wp-content/uploads/2018/10/Transparencia\\_de\\_la\\_informacion\\_corporativa\\_en\\_.pdf](https://accid.org/wp-content/uploads/2018/10/Transparencia_de_la_informacion_corporativa_en_.pdf).
- Caba, C. y Castillo, C. (2003). La divulgación digital de información financiera. Caso de las compañías colombianas cotizadas en bolsa. *Revista internacional Legis de Contabilidad y Auditoría*. (13). 187-219. [https://xperta.legis.co/visor/rcontador/rcontador\\_7680752a7d75404ce0430a010151404c](https://xperta.legis.co/visor/rcontador/rcontador_7680752a7d75404ce0430a010151404c).
- Coliague, M. y Lago, D. (2020). Análisis de la información corporativa divulgada a través de los sitios web en la industria del fútbol chileno. Trabajo de grado, Universidad del Bío-Bío, Concepción, Chile.
- Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL) (2022). *Informe de finanzas*. [https://cdn.conmebol.com/wp-content/uploads/2023/03/informe\\_finanzas\\_2022\\_esp.pdf](https://cdn.conmebol.com/wp-content/uploads/2023/03/informe_finanzas_2022_esp.pdf).
- Diwan, H. y Amarayil Sreeraman, B. (2023). From financial reporting to ESG reporting: A bibliometric analysis of the evolution in corporate sustainability disclosures. *Environment, Development and Sustainability*. <https://doi.org/10.1007/s10668-023-03249-2>.

- Financial Accounting Standard Board [FASB] (2000). Business reporting research project. *Electronic distribution of business reporting information (Steering Committee Report)*.
- Frías-Aceituno, J., Rodríguez-Ariza, L. y García-Sánchez, I. (2013). The Role of the Board in the Dissemination of Integrated Corporate Social Reporting. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20 (4). 219-233. <https://doi.org/10.1002/csr.1294>.
- Frías-Aceituno, J., Rodríguez-Ariza, L. y García-Sánchez, I. (2014). Explanatory Factors of Integrated Sustainability and Financial Reporting. *Business Strategy and the Environment*, 23(1), 56-72. <https://doi.org/10.1002/bse.1765>.
- Fuente, J, García-Sánchez, I. y Lozano, M. (2017). The role of the board of directors in the adoption of GRI guidelines for the disclosure of CSR information. *Journal of Cleaner Production*, 141. 737-750. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.09.155>.
- Gandía, J. L. y Pérez, T. A. (2005). e-Gobierno corporativo y transparencia informativa en las sociedades cotizadas españolas: un estudio empírico. *Comisión Nacional del Mercado de valores*. (8). 1-47. [https://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/monografias/mon2005\\_8.pdf](https://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/monografias/mon2005_8.pdf).
- García-Sánchez, I., Aibar-Guzmán, B., Aibar-Guzmán, C. y Azevedo, T.-C. (2020). CEO ability and sustainability disclosures: The mediating effect of corporate social responsibility performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(4). 1565-1577. <https://doi.org/10.1002/csr.1905>.
- Giner, B. (1995). La divulgación de información financiera: una investigación empírica. *Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas*. <https://www.icac.gob.es/sites/default/files/2020-11/la%20divulgacion%20de%20informacion%20financiera%20una%20investigacion%20empirica.pdf>.
- Gutiérrez-Ponce, H., Chamizo-González, J. y Arimany-Serrat, N. (2022). Disclosure of Environmental, Social, and Corporate Governance Information by Spanish Companies: A Compliance Analysis. *Sustainability*, 14. doi:10.3390/su14063254.
- Hernández, P. M. S., Jaén, J. M. S. y Ortiz, M. D. G. (2018). Información no financiera como herramienta de transparencia. *La Razón Histórica: Revista Hispanoamericana de Historia de las Ideas Políticas y Sociales*, (40), 116-132. <https://www.revistalazonhistorica.com/40-8/>.
- Herrera, W. y Mahecha, I. (2018). Transparencia, razón pública y rendición de cuentas en las empresas. *Veritas*, (41), 39-68. <https://www.scielo.cl/pdf/veritas/n41/0718-9273-veritas-41-00039.pdf>.
- International Accounting Standard Committee (IASC). (1999), *Business reporting on the Internet*.
- International Organizations of Securities Commissions [IOSCO] (2014), *Report on the IOSCO social media and automation of advice tools surveys*. <https://www.iosco.org/library/pubdocs/pdf/ioscopd445.pdf>.
- Jara, L. y Carrasco, D. (2016). Información financiera en la industria del fútbol chileno: ¿oportuna, comparable, confiable y transparente? *Revista Contabilidad y Sistemas*,

- 9(2), 28-45. [https://www.observatorioifrs.cl/wp-content/uploads/2020/06/Jara\\_Carrasco\\_2016.pdf](https://www.observatorioifrs.cl/wp-content/uploads/2020/06/Jara_Carrasco_2016.pdf).
- Jarne, J. y Morales, F. (2023). Evolución de la comunicación de información corporativa en páginas web de compañías cotizadas latinoamericanas. *Revista de Investigación Aplicada en Ciencias Empresariales*, 12(1). <https://doi.org/10.22370/riace.2023.12.1.4039>.
- Jennings, A. (2015). *FIFA, la caída de un imperio*. Aguilar.
- Kandpal, V., Jaswal, A., Santibáñez González, EDR y Agarwal, N. (2024). Responsabilidad social corporativa (RSC) e informes ESG: redefiniendo los negocios en el siglo XXI. *Transición Energética Sostenible*. Springer [https://doi.org/10.1007/978-3-031-52943-6\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-031-52943-6_8).
- Kaymak, T. y Bektas, E. (2017). Corporate Social Responsibility and Governance: Information Disclosure in Multinational Corporations. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(6), 555-569. <https://doi.org/10.1002/csr.1428>.
- Li, Y., Gong, M., Zhang, X.-Y. y Koh, L. (2018). The impact of environmental, social, and governance disclosure on firm value: The role of CEO power. *The British Accounting Review*, 50(1), 60-75. doi:10.1016/j.bar.2017.09.007.
- Liu, Z. y Zhang, N. (2023). El efecto de productividad de los informes financieros digitales. *Review of Accounting Studies*. <https://doi.org/10.1007/s11142-022-09737-6>.
- Lizcano, J. L. (2004). Transparencia informativa y responsabilidad social corporativa. *Boletín de Estudios Económicos*, 59 (182), 279-303.
- Longinos, J., River, M. y Rubio, A. (2008). La responsabilidad social corporativa como determinante del éxito competitivo: un análisis empírico. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 17(3), 27-42. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2725440.pdf>.
- Malgioglio, J. M., Berri, A. M., Di Nenno, M. E., Invernizzi, M. A., Rabinowicz, S., Giménez, A., Tríbolo, J. y Campodónico, S. (2013). Bases teóricas de la divulgación de información no financiera. *Universidad Nacional de Rosario*. 1-14. <http://hdl.handle.net/2133/7551>.
- Marrone, A., Pontrelli, V. y Oliva, L. (2024). Boards of Directors and High-Tech Sectors Affect ESG Disclosure Quality: An Empirical Analysis of Global Firms. *International Journal of Business and Management*, 18(6), 1-97.
- Miklosik, A., Starchon, P. y Hitka, M. (2021). Environmental sustainability disclosures in annual reports of ASX Industrials List companies. *Environment, Development and Sustainability*, 23, 16227-16245. <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01338-8>.
- Morales, F. y Jarne, J. (2022). Transparencia corporativa en las website de empresas cotizadas chilenas: estado de situación y evolución. *Revista Gestión de las Personas y Tecnología* (45), 98-122. doi:10.35588/gpt.v14i45.5901.
- Morales, González y Vega. (2012). *Transparencia informativa: opciones para las organizaciones sin fines de lucro*. Concepción.

- Muhi, M. A. y Benaissa, M. (2023). The impact of integrated reporting on improving the quality of financial reporting. *International Journal of Professional Business Review*, 8(5), 1-23. <https://orcid.org/0009-0000-0617-4763>.
- Odrizola, M. y Baraibar-Diez, E. (2017). Is Corporate Reputation Associated with Quality of CSR Reporting? Evidence from Spain. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(2), 121-132. <https://doi.org/10.1002/csr.1399>.
- Pablos, C. (2012). *Organización y transformación de los sistemas de información en la empresa*. Esic Editorial.
- Parra, G. y Morales, F. (2020). Caracterización de la información corporativa divulgada por las Sociedades Anónimas Deportivas Profesionales (SADP) chilenas a través de sus sitios web. *Revista Horizontes Empresariales* 19(1). 69-89. <https://doi.org/10.22320/hem.v19i1.4160>.
- Salido, P., Santos, J. y Gracia, M. D. (2018). Información no financiera como herramienta de transparencia. *La Razón Histórica. Revista Hispanoamericana de Historia de las Ideas* (40), 116-132. <https://www.revistalarazonhistorica.com/40-8/>.
- Samaher S., Farqad F. y Nadhim K. (2024). The role of sustainability accounting and its reflection in digital financial services for banks a field study on Iraqi commercial banks- diwanayah. *World Economics and Finance Bulletin*, 30, 170-182. <https://scholarexpress.net/index.php/wefb/article/view/3723>.
- Sever, S. y Dumančić, K. (2022). Factors influencing the disclosure of additional financial and non-financial information by large enterprises. *Journal of Contemporary Management Issues*, 27(1), 287-308. <https://doi.org/10.30924/mjcmi.27.1.16>.
- Singh, G., Goel, R. y Garg, V. (eds.) (2023). *Industry 4.0 and the Digital Transformation of International Business*. Springer.
- Stewart, T. (1998). La nueva riqueza de las organizaciones: el capital intelectual. en T. Stewart, *La nueva riqueza de las organizaciones: el capital intelectual*. Ediciones Granica.
- Texeira, C. (2020). Nueva normativa de divulgación de información no financiera para grandes empresas. Análisis de casos sobre políticas de conciliación de la vida laboral, personal y familiar. *Lan Harremanak: Revista de Relaciones Laborales* (43). <https://doi.org/10.1387/lan-harremanak.21246>.
- Tubay, J. B. y Leon, M. V. D. (2020). Website sustainability disclosure analysis: a case of publicly-listed mining companies in the Philippines. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(1), 23-30. <https://www.econjournals.com/index.php/ijeep/article/view/8347>.
- Watts, R. y Zimmerman, J. (1986). *Teoría de empresa*. Prentice-Hall.
- Wang, Z. y Xing, T. (2024). ESG Information Disclosure, Stock Price Informativeness and Corporate Digital Transformation, *Applied Economics*. <https://doi.org/10.1080/00036846.2024.2305612>.