



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

ANÁLISIS EVOLUTIVO DE LA DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN CORPORATIVA  
DE LA SOCIEDADES ANÓNIMAS DEPORTIVAS PROFESIONAL CHILENAS EN SUS  
SITIOS WEB.

TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE  
INGENIERÍA DE EJECUCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORAS: NICOLE BASTIDAS GONZÁLEZ  
GABRIELA PARRA MELANI

Profesor Guía: Fernando Morales Parada

Concepción, Enero de 2021

## RESUMEN

El fútbol en nuestro país es el deporte que concentra mayores inversiones, participantes y seguidores, lo que nos lleva a pensar sobre la información financiera de estas, además, la tendencia es hacia la gobernanza corporativa, cautelando los intereses de los diferentes grupos de interés, y en general se reconoce la asimetría de información como un elemento que perjudica las relaciones entre principal, agentes gestores y otros actores de los mercados, siendo la transparencia informativa, una referencia ética para defender los valores fundamentales del deporte y en particular el fútbol.

Esta memoria tiene por propósito analizar la evolución de la información corporativa de las Sociedades Anónimas Deportivas Profesionales Chilenas en sus páginas web. Para esto se ha desarrollado una contextualización histórica de su gestación por medio de la ley 20.019.

Teniendo lo anterior como base, respecto al estudio de (Parra y Morales, 2020) “Caracterización de la información corporativa divulgada por las Sociedades Anónimas Deportivas Profesionales (SADP) chilenas a través de sus sitios web” se ha aplicado un estudio de las variables utilizadas en 2018, adicionando nuevas variables contingentes al presente año, para evaluar el comportamiento de este sector en torno a la transparencia de la información corporativa. Se corroboró la lista de chequeo de variables dependientes, utilizadas en la primera investigación, esta lista cuenta con cinco dimensiones, agrupándolas por variables con mayores similitudes entre sí. Dentro de las dimensiones, se incorporaron cuatro variables nuevas.

En la primera investigación, se observaron los siguientes resultados En términos generales, se encontró un gran déficit en la divulgación financiera en gran parte de las dimensiones que se organizaron en el estudio, dónde como suele pasar en otros sectores comerciales, la relación tamaño de la empresa también se relaciona, y se comprobó que las organizaciones con mayor tamaño son las que reflejan en sus páginas web mayores niveles de información, en especial en las dimensiones de Rendición de cuentas, Compañía y Estrategia, y Transparencia. Actualmente este sector no está obligado a transparentar sus estados financieros, demostrando que las empresas, si bien están obligadas a realizar informes financieros a la SVS, estos en su mayoría no son publicados en sus páginas web.

- **Palabras claves:** Divulgación, Transparencia, Información financiera, Chile, Sociedades Anónimas deportivas Profesionales, Rendición de cuentas, Web.

## **ABSTRACT**

Soccer in our country is the sport that concentrates the largest investments, participants and followers, which leads us to think about their financial information, in addition, the trend is towards corporate governance, protecting the interests of different interest groups, and in general, the asymmetry of information is recognized as an element that damages the relations between the principal, managing agents and other market players, with information transparency being an ethical reference to defend the fundamental values of sport and in particular soccer.

The purpose of this report is to analyze the evolution of the corporate information of the Chilean Professional Sports Public Limited Companies on their web pages. For this, a historical contextualization of its gestation has been developed through Law 20.019.

Taking the above as a basis, with respect to the study by Parra and Morales (2020) "Characterization of the corporate information disclosed by the Chilean Professional Sports Public Limited Companies (SADP) through their websites", a study of the variables used in 2018, adding new contingent variables to this year, to assess the behavior of this sector regarding the transparency of corporate information. The checklist of dependent variables, used in the first investigation, was corroborated. This list has five dimensions, grouping them by variables with greater similarities to each other. Within the dimensions, four new variables were incorporated.

In the first investigation, the following results were observed. In general terms, a large deficit was found in financial disclosure in a large part of the dimensions that were organized in the study, where, as often happens in other commercial sectors, the relationship size of the The company is also related, and it was found that the largest organizations are those that reflect the highest levels of information on their web pages, especially in the dimensions of Accountability, Company and Strategy, and Transparency. Currently, this sector is not obliged to make its financial statements transparent, showing that companies, although they are obliged to submit financial reports to the SVS, are mostly not published on their web pages.

□ **Keywords:** Disclosure, Transparency, Financial information, Chile, Professional Sports Public Limited Companies, Accountability, Web.

## ÍNDICE

RESUMEN .....	2
1. INTRODUCCIÓN.....	6
2. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	7
3. MARCO TEÓRICO Y REVISIÓN DE LA LITERATURA .....	8
3.1 Tecnología Informativa al servicio de la comunicación corporativa .....	8
3.2 Importancia de internet .....	11
3.3 Beneficios de internet .....	12
3.4 Riesgos de internet para la comunicación empresarial.....	14
3.5 Importancia de la transparencia corporativa.....	15
3.5.1 Respecto a la transparencia obligatoria .....	16
3.5.2 Transparencia voluntaria en la industria del fútbol .....	17
3.6 Acerca de la divulgación financiera y no financiera .....	19
4. MARCO LEGAL .....	21
1.1 Marco legislativo .....	21
4.1.1 Ley 20.019, regula sociedades anónimas deportivas profesionales: .....	21
4.1.2 Norma de carácter general N° 201/2006 de la comisión del mercado financiero:.....	23
4.1.3 Circular N° 1813/2006 de la comisión del mercado financiero:.....	24
4.1.4 Circular N° 2011/2011.....	24
4.1.5 Oficio circular N° 669/2011 de la comisión del mercado financiero:.....	25
4.1.6 Oficio circular N° 822/2014 de la comisión del mercado financiero.....	25
4.2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO .....	25
5. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA .....	27
6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	28
7. RESULTADOS.....	30
7.1 Análisis de la información financiera de los clubes de fútbol profesional. ....	30
7.2 Análisis estadístico descriptivo dimensión rendición de cuentas .....	31
7.3 Análisis estadísticos descriptivos dimensión compañía y estrategia.....	32
7.4 Análisis Estadísticos descriptivos dimensión análisis financiero .....	34
7.5 Análisis estadísticos descriptivos dimensión transparencia.....	35
7.6 Análisis estadísticos descriptivos dimensión funcionalidad .....	38
7.7 Análisis estadísticos descriptivos de la investigación. ....	40
7.8 Análisis mediante prueba no paramétrica de las variables .....	42
8. CONCLUSIONES .....	43
9. BIBLIOGRAFÍA.....	45

## Índice de Tablas

Tabla 1: Clubes de futbol profesional que participan en la liga 2018 y 2020. ....	27
Tabla 2: Resumen estadísticos descriptivos de la dimensión rendición de cuentas .....	31
Tabla 3: Resumen estadísticos descriptivos de la dimensión compañía y estrategia .....	32
Tabla 4: Estadísticos descriptivos dimensión análisis financiero.....	34
Tabla 5: Estadísticos descriptivos dimensión transparencia .....	35
Tabla 6: Estadísticos descriptivos dimensión funcionalidad.....	38
Tabla 7: Estadísticos descriptivos promedios.....	40
Tabla 8: Ranking entidades con mayor grado de divulgación financiera y no financiera. ....	40
Tabla 9: Organizaciones deportivas profesionales con menor cumplimiento de divulgación periodo 2018.....	41
Tabla 10: Organizaciones deportivas profesionales con menor cumplimiento de divulgación periodo 2020 .....	41
Tabla 11: Estadísticos de prueba de Wilcoxon variables estudiadas .....	42
Tabla 12: Estadísticos de prueba de Wilcoxon por dimensiones estudiadas .....	42

## Índice de Gráficos

Gráfico 1: Cumplimiento de las organizaciones deportivas profesionales) .....	30
Gráfico 2: Clubes con mayor cumplimiento en la dimensión rendición de cuentas periodo 2020 .....	31
Gráfico 3: Clubes con mayor cumplimiento en la dimensión rendición de cuentas periodo 2018 .....	31
Gráfico 4 Clubes con mayor cumplimiento en la dimensión compañía y estrategia periodo 2018 .....	33
Gráfico 5 Clubes con mayor cumplimiento en la dimensión compañía y estrategia periodo 2020 .....	33
Gráfico 6: Índice dimensión de análisis financiero 2019 .....	34
Gráfico 7: índice Dimensión de análisis financiero 2018 .....	35
Gráfico 8: Índice dimensión de transparencia 2020.....	36
Gráfico 9: Índice dimensión de transparencia 2018.....	36
Gráfico 10: Promedio de participación de variables de la dimensión de transparencia 2020.....	37
Gráfico 11: Promedio de participación de variables de la dimensión de transparencia 2018.....	37
Gráfico 12: Índice de funcionalidad 2020.....	38
Gráfico 13: Índice de funcionalidad 2018.....	39

## 1. INTRODUCCIÓN

Los deportes han formado parte de la sociedad nacional y mundial. En primera instancia se realizaban con fines de trabajo, después una diversión festiva, después se utilizó como un juego ocasional, luego se convirtió en una ocasión de juego, utilizándose con posterioridad como medio pedagógico para, finalmente, generar sus propias y genuinas instituciones. Dentro de los diversos deportes que existen, el más practicados a nivel mundial, es el fútbol, cuenta con cuatro mil millones de aficionados.

El ingreso de dinero que recibe la industria futbolera a nivel mundial es multimillonaria, para poder ejemplificar solo en este continente, existe la Confederación Sudamericana de fútbol (Conmebol), la cual registra en sus ingresos percibidos en el año 2019, la suma de 487 millones de dólares, los cuales se distribuyeron en la Copa Libertadores y Copa Sudamericana, torneo que se realiza anualmente en el continente, además de la Copa América, campeonato que se realiza cada cuatro años y que en 2019, se realizó en Brasil. Por consiguiente, dentro del estudio que se está realizando, para Chile, el fútbol también es la elección principal dentro de los deportes que se practican a nivel país y los ingresos que recibió el campeonato nacional en el año 2018 alcanza la suma de 180 millones de dólares.

Al describir, los ingresos anuales, que recibe el fútbol a nivel nacional e internacional, nace la necesidad de saber que ocurre con la legislación y regularización de estas sociedades. En el año 2005 se promulgó la ley N° 20.019, donde se establece que los clubes tienen que presentar su información financiera y no financiera, con fines regulatorios, además las sociedades tienen que ser auditadas y plasmar su información en memorias anuales estas son presentadas al ente regularizador, la Comisión para el Mercado Financiero (CMF).

Este informe, expone la importancia de la información financiera y no financiera para las compañías, además del marco regulatorio que rige a las sociedades del fútbol, para la exposición financiera anual de cada club deportivo. El estudio se centra en comparar y visibilizar si existe una mayor exposición de los resultados financieros de la categoría A, además de la información no financiera del fútbol profesional chileno a través de sus sitios web. Todo esto analizado a través de cinco dimensiones, que están subdivididas en 61 variables, de las cuales 57, se estudiaron en el primer informe y ahora se hace la comparación evolutiva y análisis estadístico de éstas, adicionalmente se detallarán los nuevos resultados respecto a cuatro variables que se añadieron en este ejercicio 2019, además se sumó una variable que afectó particularmente el año 2020.

## **2. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **OBJETIVO GENERAL**

Evaluar la calidad y evolución de la información financiera y no financiera de las Sociedades Anónimas Deportivas Profesionales (S.A.D.P.) a partir de los resultados obtenidos en 2018 y 2020.

### **OBJETIVO ESPECÍFICO**

- Observar de que forma la información ha evolucionado en sus páginas web corporativos respecto a la transparencia de los clubes nacionales e identificar variables influyentes en esa divulgación de información en internet.
- Caracterizar de forma cuantitativa y cualitativa la información que divulgan en sus sitios Web construyendo un ranking de transparencia.
- Evaluar la información corporativa que divulgan en internet comparando la transparencia los últimos dos años, periodos 2018 y 2020.
- Relacionar la realidad actual de la transparencia corporativa de las SADP a partir de los resultados observados según diferentes variables que podrían influir dichos resultados.

### **3. MARCO TEÓRICO Y REVISIÓN DE LA LITERATURA**

#### **3.1 Tecnología Informativa al servicio de la comunicación corporativa**

Dentro de las últimas décadas, la tecnología de la información ha generado grandes beneficios en las empresas a nivel mundial, ya que esta nueva era tecnológica ha sido una herramienta de ayuda para el proceso exitoso de las compañías.

Así lo indica (Stewart, 1998) al señalar que, la tecnología informativa se caracteriza por una dualidad fundamental. Por un lado, se le puede aplicar a operaciones de automatización de acuerdo con una lógica que casi no difiere de la de un sistema mecánico del siglo XIX: el reemplazo del cuerpo humano por una tecnología que permite realizar los mismos procesos con mayor continuidad y control. Por el otro, la misma tecnología genera simultáneamente información sobre los procesos productivos y administrativos subyacentes mediante los cuales la organización realiza su trabajo. Proporciona un nivel más profundo de transparencia a actividades hasta entonces parcial o totalmente opacas. De esta manera. La tecnología informativa supera la lógica tradicional de la automatización.

Por otro lado, (Pablos, 2012) reconoce que, la información como recurso estratégico, así como la aceptación de las tecnologías de la información y de las comunicaciones como recurso vital para la empresa, hacen imprescindible que la misma sea canalizada y transformada de forma adecuada a través de los sistemas de información. Dicho proceso es crucial para el logro y sostenimiento de cualquier estrategia competitiva. Chiavenato, destaca la importancia se encuentra en la tecnología informativa que sirve de plataforma para todo el proceso empresarial. (Chiavenato, 2007)

En este caso, la tecnología informativa genera un gran proceso evolutivo para las compañías mejorando en todas las áreas la calidad de servicio que se realiza o producto que se produce, acelerando así actividades tales como lo señala (Stewart, 1998) Hacer del conocimiento un buen negocio: las empresas de información-intensivas suelen convertirse en vendedoras de información. Por ejemplo, IBM (International Business Machines Corporation) obtiene mayores ingresos de

venta de servicios para ordenadores que de la venta de ordenadores. *Ryder*<sup>1</sup> alquila camiones y además vende *management* logístico.<sup>2</sup>

La infraestructura de telecomunicaciones es crítica para soportar el accionar económico y social de hoy en día. Es una infraestructura robusta, innovadora y cambiante. El acceso a ella, al internet, a los servicios de telecomunicaciones y las tecnologías de la información es un derecho humano.

También cabe señalar que una de las debilidades que existe en las TIC (Tecnologías de la información y la comunicación) , son los distintos fraudes que se pueden cometer, dentro de las transacciones que se realizan en estas, por eso las empresas tienen que reforzar sus páginas web y sistemas informáticos, para respaldar el cuidado de las personas que quieran acceder al servicio que otorgan por estas tecnologías.

Respecto a las debilidades y fraudes (OCDE , 2014) en el *Consumer Policy Toolkit* (herramientas de política del consumidor) de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) se destacó, respecto a este tema, que cuando los consumidores usan dispositivos móviles para el comercio electrónico “en movimiento”, su tendencia a tomar decisiones basadas en técnicas heurísticas se ve exacerbada. Los cargos no autorizados y las prácticas comerciales engañosas y fraudulentas también siguen siendo problemáticos.

Luego de un análisis exhaustivo, en 2014, el Comité acordó revisar la Recomendación de 1999 para abordar los retos identificados con el fin de alcanzar una protección efectiva del consumidor mientras se estimula la innovación y la competencia en el mercado. Las principales novedades en materia de comercio electrónico abordadas en la Recomendación revisada incluyen las siguientes:

1. Transacciones no monetarias. Los consumidores adquieren cada vez más bienes y servicios “gratuitos” a cambio de sus datos personales, y estas transacciones ahora se incluyen explícitamente en el alcance de la Recomendación. Se insta a los gobiernos y partes interesadas a considerar formas de proporcionar reparación a los consumidores que experimentan un problema con tales transacciones.

---

<sup>1</sup> Ryder: Empresa formada en Estados Unidos, que se dedica al alquiler y arriendo de camiones.

<sup>2</sup> Management logístico: Administración logística de una empresa.

2. Productos de contenido digital. Las transacciones que involucran el contenido digital suelen venderse con limitaciones de uso o de acceso técnico o contractual y muchos consumidores tienen dificultades para entender sus derechos y obligaciones. Se ha agregado una aclaración de que se debería proporcionar a los consumidores información clara sobre tales limitaciones, así como sobre la funcionalidad y la interoperabilidad.
3. Consumidores activos. Los modelos actuales de comercio electrónico desdibujan cada vez más las distinciones entre los consumidores y las empresas, y los consumidores tienen un papel participativo en la promoción y el desarrollo de productos, así como en las transacciones con otros consumidores. Por lo tanto, se ha ampliado el alcance de la Recomendación y ahora abarca actividades comerciales que facilitan las transacciones entre consumidores. Se agrega una nueva disposición para garantizar que las evaluaciones publicadas por los consumidores sean veraces y transparentes.
4. Dispositivos móviles. El uso creciente de dispositivos móviles para el comercio electrónico plantea una serie de desafíos técnicos para hacer que las divulgaciones de información sean efectivas (por ejemplo, en pantallas pequeñas) y puede limitar el mantenimiento de registros por parte de los consumidores. Se incluyen dos nuevas disposiciones para resaltar la necesidad de tener presente las limitaciones tecnológicas o las características especiales del dispositivo utilizado.
5. Riesgos de privacidad y seguridad. Los datos del consumidor se encuentran en el núcleo de muchos servicios de comercio electrónico y aumentan los riesgos de privacidad y seguridad. La Recomendación subraya la necesidad de abordar estos riesgos en consonancia con otros instrumentos de la OCDE e incluye dos nuevas disposiciones que destacan las protecciones específicas de particular importancia para el comercio electrónico B2C.
6. Protección de pago. Reconociendo que el nivel de protección de los pagos puede variar según el tipo de mecanismo de pago utilizado, la Recomendación exhorta a los gobiernos y partes interesadas a trabajar juntos con el fin de elaborar niveles mínimos de protección del consumidor en todos los mecanismos de pago.
7. Seguridad de productos. En varios países, una gama de productos inseguros se comercializa a través del comercio electrónico, no obstante, una orden de prohibición de venta fuera de línea o de retirada del mercado tradicional. Se agrega una nueva disposición

para garantizar que los productos inseguros no se ofrezcan a los consumidores en línea, y que las empresas cooperen con las autoridades pertinentes para abordar el problema.

Hoy en día, es una herramienta fundamental las TIC, para utilizar, como ventas de productos a los hinchas, venta de entradas y además la divulgación de la información de los clubes. En el último punto, es donde se logra la médula central del concepto de la tecnología de la información para este estudio, ya que es a través de esta base información se parte con la internalización de la política informativa a la que se quiere llegar con este análisis evolutivo.

### **3.2 Importancia de internet**

Dentro de la diversidad de tecnología existente aparece internet, una herramienta definida por (RAE, 2020) cómo; Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación, algunos autores la definen como;

- “Inmenso sistema público de redes de computadoras que conecta a usuarios de todo tipo en todo el mundo entre sí y a un depósito de información sorprendentemente grande.”. (Armstrong, 2012)
- “Sistema de comunicación público más extenso del mundo que ahora compite con el sistema telefónico mundial en alcance y rango. También es la implementación de computación cliente/servidor e interconectividad de redes más grande del mundo, que enlaza cientos de miles de redes individuales de todo el mundo y más de mil millones de personas a nivel mundial.” (Laudon, 2012)

Dentro de la red existe un sinfín de información, la cual aparece segundo tras segundo, con una rapidez impactante, lo cual ha generado políticas que establezcan un orden de la información que sea útil para el usuario y como se puede describir coloquialmente un colador, de información falsa, la cual genera desinformación.

Existen políticas que se han establecido en la información que presentan las empresas en la web ya que, así como cada segundo existe información y transacciones exitosas para las empresas, también existen fraudes que generan un conflicto legal y económico importante para la empresa.

Internet, además de funcionar como instrumento de venta para los clientes de las empresas, como se detalló anteriormente, también tiene un rol principal al ser una herramienta para transparentar la información financiera de las compañías a nivel mundial.

Por lo tanto la relación que existe entre la empresa y los clientes, a través de la herramienta de internet, para exponer su información corporativa, ayudará a que se establezca una mejor sociedad, así lo expone (Lizcano, 2004) la existencia de una relación de poder entre empresa y sociedad, la cual va a ser clave para el desarrollo de ambas. Elementos como el tamaño, el factor económico, el nivel tecnológico y el sistema político, entre otros, son determinantes para que las relaciones empresa - sociedad y la propia evolución de ambas sean distintas. Dichas relaciones no serán las mismas en un sistema democrático que en una dictadura, ni en un entorno altamente digital que en una sociedad emergente tecnológicamente hablando.

### **3.3 Beneficios de internet**

Los especialistas indican que la era digital es el cambio más importante que ha existido a nivel mundial, hay estadísticas que generan un gran porcentaje de usuarios en la red, el cual avanza con gran rapidez y se pronostica la siguiente interacción comercial que beneficiará en gran medida a las empresas.

“La tecnología digital más impresionante, para 2015 se espera que superará los 3 000 millones. En un día normal, el 58% de los adultos estadounidenses revisa su correo electrónico, el 50% utiliza Google u otro buscador para encontrar información, el 38% consulta las noticias, el 27% se mantiene en contacto con amigos en sitios de redes sociales como Facebook o LinkedIn, y el 19% ve

Mientras que la *web 1.0* conectó a las personas con la información, la siguiente generación, *web 2.0* conecta a la gente con la gente, utilizando un conjunto de tecnologías web de rápido crecimiento como los blogs, los sitios de redes sociales y los sitios que comparten video. La *web 3.0*, que está iniciando, une toda esa información y las conexiones de las personas en formas tales que harán nuestras experiencias de Internet más relevantes, útiles y divertidas.<sup>40</sup> Las aplicaciones de Internet más pequeñas, rápidas y personalizadas de la web 3.0, a las que se puede acceder mediante dispositivos móviles de funciones múltiples, “le proporcionarán un mundo virtual que podrá llevar en su bolsillo. Llevaremos nuestra diversión con nosotros (la mejor recopilación de música y videos, y acceso instantáneo a las noticias), todo ajustado a nuestras preferencias y

actualizable de forma constante. Y conforme esta tecnología tan agradable [evolucionaria], no nos conectaremos a esta nueva red, sino que caminaremos.” (Armstrong, 2012, pág. 26)

Aparte del beneficio comercial, es importante mencionar tres razones que beneficiaran la información financiera a las corporaciones a través de internet, así lo explica (Briano, 2013)

- 1) reducir los costes de agencia o de contratación.
- 2) como señal hacia el mercado de valores, lo cual incide en un incremento del valor de las acciones.
- 3) proporcionar información adicional a la obligatoria, reduciendo los costes de capital.

Dentro de este mismo análisis, lo reafirma el Código de Mejores Prácticas Corporativas, donde se describe el beneficio comercial de las corporaciones, para poder generar una Organización con políticas correctas.

Los principios del Código van encaminados a establecer las mejores prácticas corporativas que contribuyan a mejorar la integración y el funcionamiento del Consejo de Administración y sus órganos intermedios de apoyo, las cuales son aplicables a todo tipo de sociedades públicas y privadas en general, sin distinguir su tamaño, su actividad o su composición accionaria. Si bien las recomendaciones son de aplicación voluntaria, es deseable que todas las sociedades las incorporen en su gobierno corporativo; para ello, cada una definirá, de acuerdo con sus necesidades, el paso y medida de su implementación.

Con estas políticas de cambio a nivel organizacional, se generará que las empresas sean más competitivas entre sí a nivel nacional y con las del resto del mundo, pues tendrán como herramienta a las mejores prácticas corporativas internacionalmente aceptadas.

El creciente interés público sobre la transparencia corporativa a través de internet ha sido reflejado en la nueva regulación emitida por diferentes organismos internacionales y además nacionales, en Chile por ejemplo, para el sector público la Ley 20.285 de transparencia activa a través de los sitios web, donde la herramienta de internet a través de los sitios web de cada órgano de la administración estatal tiene que exponer la información elaborada con los presupuestos públicos del país, las compras públicas, contrataciones, remuneraciones, etc. Utilizando internet, para lograr mejorar una relación entre los administradores públicos y los ciudadanos. En el ámbito del sector privado, la Ley 18.046, tienen regulación y la necesidad de exponer obligatoriamente en la web, cierta información, en las que se estipula por ejemplo que las sociedades anónimas abiertas, el acta de la

más reciente junta de accionistas deberá quedar a disposición de los accionistas en el sitio en Internet de las sociedades que cuenten con tales medios. Las sociedades anónimas abiertas deberán publicar las informaciones que determine la Comisión sobre sus balances generales y estados de ganancias y pérdidas debidamente auditados, en un diario de amplia circulación en el lugar del domicilio social, con no menos de 10 ni más de 20 días de anticipación a la fecha en que se celebre la junta que se pronunciará sobre los mismos.

Asimismo, tales documentos señalados, deberán presentarse dentro de ese mismo plazo a la Superintendencia, en el número de ejemplares que ésta determine, y publicarse en el sitio en Internet de la sociedad, si ella dispone de tales medios. (Biblioteca del Congreso Nacional, 2020)

No solo se pronostican grandes beneficios, en lo que respecta a la información, negociaciones, cómo se describió con anterioridad, además cabe señalar existen riesgos importantes, de los cuales, las compañías deberán tener un sistema de seguridad creado para su empresa, pero además hay que tener normas que puedan vigilar estas transacciones.

Detallamos algunas normas de control, para el uso seguro de internet.

- 1) Suministrar información sin otorgar elementos de fiabilidad, ni información auditada o certificada.
- 2) Exceso de información que no contribuya al análisis de los usuarios y confunda.
- 3) Información no actualizada o suministrada en periodos demasiado extensos en el tiempo.

### **3.4 Riesgos de internet para la comunicación empresarial**

Existe una cantidad innumerable de riesgos en internet y en todas las áreas que ofrece la web, pero para las compañías existe una serie de riesgos que hay que considerar a la hora de lograr negocios e inversiones por este medio, el portal de educación financiera nombra un listado de consideración (CMF , 2020)

Listado de comisión para el mercado financiero

- 1) Se debe poner atención si los mercados a los cuales accede son regulados o no y quien es el regulador. Por jurisdicción, la CMF sólo fiscaliza el mercado local.
- 2) Los inversionistas deben tener conciencia de lo rápido que se mueven los precios de las acciones "on-line". De esta forma, no siempre el precio que aparece en nuestras pantallas es al que podemos acceder, especialmente en fluctuaciones rápidas del mercado.

- 3) Siempre será conveniente dar una orden de compra o venta de valores con un precio límite o fijo, para evitar las pérdidas por fluctuaciones significativas y esporádicas del mercado.
- 4) Las transacciones "on-line" no siempre son instantáneas, como, asimismo, los precios de los valores los que, por lo general, tienen un desfase de tiempo de 20 a 30 minutos. Así, este desfase de tiempo podría afectar las condiciones de su transacción.
- 5) Los problemas técnicos en la computadora, módem, o proveedor de servicios de Internet, tanto del inversionista o del corredor electrónico, pueden impedir realizar una determinada transacción. Además, el alto tráfico de usuarios puede afectar la rapidez y eficacia del servicio y el resultado de su transacción.

### **3.5 Importancia de la transparencia corporativa**

En el contexto actual, la entrada que existe a este mercado de nuevas tecnologías de comunicación logra un nuevo modelo de comunicación corporativa de las organizaciones, pero por sobre todo de los clubes deportivos, que es la información que nos convoca.

Existe un caso que impactó en gran medida el fútbol, tanto nacional como internacional, donde la transparencia sufrió un gran percance, con una de las industrias que más dinero maneja a nivel mundial, la denominada FIFA<sup>i</sup>, quien en 2015, particularmente salieron grandes antecedentes de corrupciones legales y financieras en la industria futbolística, así lo describe (Jennings, 2015, pág. 3) “27 de mayo de 2015, 6 A.M. Toc, Toc... Por favor, vístase y salga con las manos... en alto Señor”, esta es una de las citas con la que comienza el revuelo del caso de corrupción de la FIFA en agosto de 2015, relatando lo siguiente “ siete ejecutivos sobrealimentados de la FIFA son sacados de sus camas en uno de los hoteles más lujosos del mundo, pagados por el fútbol, y llevados a los calabozos de una estación de policía de Zúrich, provistos por los contribuyentes Suizos” (Jennings, 2015, pág. 4)

Fue a través de estos hechos, donde la ética financiera del fútbol, estuvo en cuestionamiento, ya que la corrupción que estaba en la institución y de los directivos que manejaban la organización, demostró que a las organizaciones futbolísticas necesitaban una rendición de cuentas a través de mecanismos de divulgación de esta información, con la finalidad de transparentar y mejorar los errores que se cometieron en el pasado, es así como la FIFA, mediante una organización no gubernamental denominada *transparency international*, emite un reporte web cada año un, informe financiero, acorde con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), que debe

contar con la aprobación de una empresa auditora. A continuación, el informe tiene que recibir la aprobación de la Comisión de Finanzas de la FIFA, del Consejo de la FIFA y, por último, del Congreso de la FIFA.

Al poner en enfoque público esta información, evidencia la poca transparencia que existe en las organizaciones del fútbol, ya que, “Sólo 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.” (Coliague & Lago, 2020)

### **3.5.1 Respetto a la transparencia obligatoria**

En lo que respecta a la transparencia de información obligatoria, las sociedades anónimas del fútbol profesional tienen importantes normas, para poder exponer dicha información.

En cuanto a la fiscalización financiera, el artículo 37 de la Ley n°20.019 estipula que esta queda a cargo de la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS, hoy CMF). Para dar cumplimiento a dicho mandato, la SVS ha emitido una serie de normativas que regulan la presentación de información financiera por parte de las Organizaciones Deportivas Profesionales. En esta línea, la Tabla 1 proporciona, de forma cronológica, las diversas normativas relacionadas con requerimientos informativos exigidos por el ente fiscalizador.

Es así como se desprende que la normatividad desarrollada por la SVS atiende a tres aspectos, estos son:

1. transparencia informativa
2. oportunidad de acceso a la información
3. confiabilidad de la información suministrada por las entidades deportivas profesionales.

Así lo explica (Jara y Carrasco, 2015) en cuanto a la oportunidad del acceso a la información financiera, esta se encuentra definida en la Norma de Carácter General n°201 (SVS, 2006a), donde se indica, por ejemplo, que la principal información financiera –memoria anual que contiene los estados financieros– debe ser presentada por las entidades deportivas dentro del primer cuatrimestre siguiente al cierre del ejercicio anual, esto es, que a más tardar a fines de abril los diversos *Stakeholders* de los organismos de deporte profesional deben estar en condiciones de

acceder a información económica y financiera estructurada que dé cuenta de las actividades desarrolladas durante el año anterior.

En otro contexto, la confiabilidad de la información proporcionada por las entidades deportivas se asocia a la acción de verificación de los antecedentes y criterios utilizados en la confección de los estados financieros anuales. En este aspecto, la norma de carácter general N° 201 (SVS, 2006a) obliga a que los estados financieros, incorporados en la memoria anual, deben ser auditados. Para ello requiere que el trabajo de verificación de antecedentes sea realizado por una empresa auditora inscrita en sus registros, tal como lo solicita el oficio circular N° 669 (SVS, 2011b).

### **3.5.2 Transparencia voluntaria en la industria del fútbol**

Existen factores que logran influir en la relación que existe a través de la información sobre fuentes de ventaja competitiva de las empresas en sus informes anuales, esta información se recopiló a través de la teoría de recursos y capacidades, la cual basa sus fundamentos principalmente en dos teorías

1. Teoría positiva: la relación contable se utiliza para definir y controlar los cumplimientos de contratos. El conflicto de intereses que se produce es uno de los motivos esgrimidos para regular la información a suministrar por las empresas, estableciendo unos mínimos a cumplir. (Watts & Zimmerman, 1986)
2. Teoría de la señal: (Giner, 1995) explica la política de información financiera. Las asimetrías de información entre la empresa e inversores pueden producir problemas de selección adversa, de ahí que aquélla aproveche su ventaja informativa para evitar estas situaciones a través de la emisión de señales, esto es, divulgando información privada.
3. Teoría de la legitimidad: (Giner, 1995) Esta teoría reconoce la existencia de un “contrato” entre la sociedad y las organizaciones, de forma que la comunidad requiere los servicios de las empresas, las que a su vez, reciben la aprobación de la sociedad.

Estas teorías, según diversos estudios que comparan los resultados de compañías que exponen y transparentan voluntariamente la información versus las que no lo hacen arrojó los siguientes resultados.

- Tamaño: La explicación a la relación positiva entre revelación de información y tamaño desde la teoría de la agencia es que las empresas de mayor tamaño establecen más

contratos y más complejos que las más pequeñas. Desde la teoría de la señal, las asimetrías de información serán también mayores. Por otro lado, es razonable suponer que las empresas más grandes también están sujetas a más intervención y costes políticos que el resto. Las anteriores razones llevan a establecer y verificar la hipótesis de que a mayor tamaño más cantidad de información revelada., con el fin de reducir los anteriores costes y asimetrías de información. (Rodríguez, 2004)

- Rentabilidad: Los resultados de las investigaciones empíricas respecto a la relación entre divulgación de información y rentabilidad no son consistentes. Algunos trabajos muestran la existencia de una correlación positiva, mientras que otros no la detectan, pero se llega a determinar, desde la teoría de la señal, las empresas con alta rentabilidad pueden desear dar información al mercado, señalando su buena situación. (Rodríguez, 2004)
- Crecimiento: Existe una relación positiva entre el crecimiento de la empresa y la revelación de información sobre fuentes de ventaja competitiva. (Rodríguez, 2004)
- Sector: La revelación de información varía según el tipo de industria. Empresas del mismo sector enviarán señales similares, ya que si alguna de ellas no lo hace puede ser interpretado por parte del mercado como que se ocultan malas noticias. (Rodríguez, 2004).

Esta información es reafirmada por (Gandía, 2003), donde se establece el tamaño, la evidencia empírica suele coincidir en que el tamaño de las empresas es un factor importante para explicar la variabilidad y la extensión con la que se divulga la información.

- Difusión: Desde un punto de vista teórico, los directivos de las compañías tienen incentivos para difundir información que justifique la continuidad del negocio y de sus propias remuneraciones. Por una parte, la revelación permite que los inversores no perciban la ausencia de información como una “mala noticia”
- Mercado: En lo referente a la evidencia empírica acerca de la relación entre industria e información divulgada en Internet, es mal visto que una empresa de un sector industrial determinado no divulgue información financiera, si su competencia lo realiza.

Estas son algunos de los detalles, respecto a exponer voluntariamente la información, por otro lado el sector y último punto detallado, es donde se centra el estudio de este informe, ya que se estudiará,

desarrollará y concluirá la importancia de transparentar la información voluntaria complementado con lo que ya exige la Ley en Chile a las S.A.D.P.

### **3.6 Acerca de la divulgación financiera y no financiera**

A partir de los numerosos escándalos que se informaron en la industria futbolística, en Chile, como se describió anteriormente la ley que rige la transparencia financiera, fundamentamos, además, porqué es importante divulgar esta información, ya que, si bien tienen la obligación de exponer la información financiera, no es obligación divulgarla a través de sus sitios web.

Respecto a la **información financiera**, es todo aquel conjunto de información contable de la empresa, donde se exponen balances, estados de resultado, se informan declaraciones juradas, de los ingresos y egresos de cada club nacional, toda esa información permite conocer cómo se utilizó el dinero que ingresa al club deportivo.

La información financiera que emana de la contabilidad es información cuantitativa expresada en unidades monetarias y descriptivas, que muestra la posición y desempeño financiero de una entidad, y cuyo objetivo esencial es de ser útil al usuario general en la toma de sus decisiones económicas. (Coliague & Lago, 2020)

Morales, González y Vega afirman acerca de la “Era de la Transparencia” no es tan solo un tema de negocios: es un cambio cultural, en donde la imagen de la compañía se puede construir vía online, actualmente una simple búsqueda de Google es más determinante, en cuanto a la percepción que se tiene de una compañía de publicidad multimillonaria (Morales, Gonzalez y Vega).

Respecto al rol que jugará en las empresas, (Gandía y Pérez, 2005) reconoce que la tecnología podría jugar un rol positivo de cara a solucionar algunos problemas de la información financiera y de gobierno corporativo, ya que las propias características de Internet invitan a pensar cómo pueden contribuir con la distribución, periodicidad y la oportunidad en que la información financiera llega a los *stakeholders*.

Internet está pasando de ser un espacio virtual informativo comercial a convertirse en un espacio de comunicación corporativa, inicialmente el objetivo de las empresas fue estar en internet para dar a conocer sus productos, sin embargo, gradualmente las empresas han explotado el potencia que ofrece este medio para mejorar sus relaciones con actuales y potenciales inversionistas, tal como lo señalaba (Caba y Castillo, 2003).

En cuanto al costo-beneficio es evidente que los beneficios superan a los costos puesto que las empresas muestran un comportamiento proactivo en cuanto a la revelación de información por encima de la legalmente exigida. (Malgioglio, 2013).

Respecto a la **información no financiera**, ha logrado tomar un impacto importante de divulgación informativa, ya que logra plasmar datos que son de carácter social o medioambientales.

Actualmente estamos siendo testigos de un nuevo concepto de empresa, abierta y mucho más transparente, a la que se demanda cada vez más información, exigiendo que ésta sea de calidad. En un primer momento, con la información contenida en los estados financieros era suficiente, pero con el paso de los años se ha hecho cada vez más necesario completarla con información relacionada con datos de carácter no financiero, tales como aspectos sociales y medioambientales (Hernandez, 2018).

Con el paso del tiempo las empresas han estudiado la necesidad de mejorar tanto la calidad como la cantidad del tipo de información que presentan, por encima de la contenida en los estados financieros.

(Longinos, River, & Rubio, 2008) Profesionales y personas del mundo académico son conscientes de que está emergiendo un nuevo paradigma en el ámbito empresarial que acentúa la responsabilidad social de las organizaciones empresariales.

La divulgación de la información no financiera forma parte de un tema más amplio sobre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), como herramienta que sirva para amortiguar el impacto negativo de la actividad de las empresas sobre los derechos sociales, laborales, el medioambiente y, en definitiva, sobre los Derechos Humanos. Las empresas están obligadas a respetar y aplicar la legislación laboral vigente en cada momento, pero también están capacitadas para ampliar y mejorar las condiciones establecidas. En este sentido, se puede considerar la conciliación como parte de las acciones de la Responsabilidad Social Corporativa. (Texeira, 2020)

Las empresas pueden impulsarla por diversos motivos, pero el primordial debería ser ofrecer mejores condiciones laborales a sus empleados/as. (Aranzadi, 1976)

La esencia de la Responsabilidad consiste en la existencia de libertad y de voluntariedad, toda vez que somos responsables porque somos libres y actuamos por propia voluntad- (Aranguren Gómez & Ochoa Laburu, 2008)

Los antecedentes de la Responsabilidad social se remontan al siglo XIX, en el marco del cooperativismo y el asociacionismo, que buscaban unir eficacia empresarial con los principios sociales de democracia, apoyo a la comunidad y justicia distributiva. Por lo tanto, es importante la divulgación de la información no financiera, para poder obtener aquella credibilidad de las personas que se interesan en la organización, y sobre todo en este caso, donde los clubes y en particular en Chile, manejan grandes cantidades de los denominados “hinchas”, clientes medulares de la compañía futbolística.

#### **4. MARCO LEGAL**

Antes de la promulgación de la ley N° 20.019 que regula las sociedades anónimas deportivas profesionales, el sector de la industria del fútbol se vio involucrado en desordenes financieros, podemos recordar la quiebra de Colo-Colo (2002) y lo mismo con Universidad de Chile (2006).

En este sentido, la promulgación de ley viene a reforzar y a incluir la obligatoriedad de cumplimientos y criterios en la forma de administrar este tipo de sociedades anónimas, considerando fiscalización financiera, estructura de financiamiento, plazos, entre otros.

A continuación, se presentarán los conceptos principales utilizados en nuestro análisis, en relación a la divulgación financiera, divulgación de la información corporativa, cómo también, el marco legal en el cual se rigen las sociedades anónimas deportivas profesionales.

##### **1.1 Marco legislativo**

Las principales leyes y normas que rigen las Sociedades Anónimas Deportivas Profesionales son:

##### **4.1.1 Ley 20.019, regula sociedades anónimas deportivas profesionales:**

Aprobada el 20 de abril de 2005 y promulgada el 07 de mayo del mismo año, esta ley regula las Organizaciones Deportivas Profesionales, establece los requisitos de Fondo Deportivo Profesional (FDP) y Sociedades anónimas Deportivas Profesionales (SADP), define entidades fiscalizadoras y de supervigilancia.

**Artículo 1:** «Son organizaciones deportivas profesionales aquellas constituidas en conformidad a esta ley, que tengan por objeto organizar, producir, comercializar y participar en espectáculos deportivos y que se encuentren incorporadas en el registro a que se refiere el artículo 2° de esta ley.

Estas organizaciones tendrán por característica que sus jugadores sean remunerados y se encuentren sujetos a contratos de trabajo de deportistas profesionales.

Se entenderá por espectáculo deportivo profesional aquél en que participen organizaciones deportivas profesionales con el objeto de obtener un beneficio pecuniario».

**Artículo 2:** «Existirá un Registro de Organizaciones Deportivas Profesionales administrado por el Instituto Nacional de Deportes de Chile. Un reglamento definirá las exigencias que deberán cumplir las organizaciones mencionadas para realizar su inscripción en este Registro».

**Artículo 3:** «Las federaciones deportivas nacionales que deseen organizar, producir y comercializar espectáculos deportivos profesionales deberán estar constituidas por asociaciones, que podrán denominarse ligas, que tendrán este exclusivo objeto y que estarán formadas por organizaciones deportivas profesionales».

### **Atribuciones de fiscalización y supervigilancia**

De acuerdo con las normas del Título IV de la Ley de SADP, estas sociedades están sujetas a un régimen de fiscalización y supervigilancia dual y complementario. Dual porque reconoce la actividad fiscalizadora de dos servicios públicos: de la Superintendencia de Valores y Seguros (ahora Comisión de Mercado Financiero<sup>3</sup>), por una parte, y del Instituto Nacional de Deportes, por otra; y complementario, por cuanto reconoce ámbitos de fiscalización distintos según el servicio de que se trate.<sup>4</sup>

La competencia de la CMF (ex SVS) abarca la fiscalización y supervigilancia de los presupuestos, estados financieros, balances y estados de cuentas de las organizaciones deportivas profesionales.

Para el ejercicio de dicha función la ley 20.019 se remite a las normas de la Ley Orgánica de la SVS, fijada por Decreto Ley N° 3.538, de 1980. Lo anterior se ve confirmado con lo dispuesto en el artículo 3° de dicha ley orgánica, que expresamente establece que corresponde a la CMF la superior fiscalización de: “g) cualquiera otra entidad o persona natural o jurídica que la presente ley u otras leyes así le encomienden”. Es precisamente el artículo 37 de la Ley N° 20.019 que encomienda tal fiscalización, pero limitada a los instrumentos financieros ya descritos.

---

<sup>3</sup> La ley N°21.000, publicada en el Diario Oficial el 23.02.2017, crea la Comisión para el Mercado Financiero (“CMF” o la “Comisión”), que entrará en pleno vigor en enero de 2018, reemplazando a la Superintendencia de Valores y Seguros (“SVS”).

<sup>4</sup> Título IV Ley 20.019 “De la Fiscalización de las Organizaciones Deportivas Profesionales”

A objeto de permitir y facilitar tal función fiscalizadora, la Ley 20.019 que regula a las S.A.D.P. establece una serie de obligaciones, estas son:

- Obligación de presentar ante la Comisión de Mercado Financiero (ex Superintendencia de Valores y Seguros) dentro del primer cuatrimestre de cada año, el balance del año anterior;
- Obligación de auditar los balances por medios de entidades inscritas en el Registro de Auditores Externos de la CMF;
- Obligación de publicar extracto del balance auditado en un medio de comunicación escrita de circulación nacional<sup>5</sup>;
- Obligación de las SADP de enviar a la CMF copia de los documentos en que consten las cauciones de los miembros del Directorio de las SADP que garanticen el monto de presupuestos deficitarios<sup>6</sup>; y
- Obligación de las SADP de informar a la CMF disminuciones patrimoniales que afecte el cumplimiento del capital mínimo exigido (UF 1.000).

#### **4.1.2 Norma de carácter general N° 201/2006 de la comisión del mercado financiero:**

Con el fin de establecer la forma de dar cumplimiento a los requerimientos de información continua que las organizaciones deportivas profesionales, deben entregar a la Comisión de Mercado Financiero y al público general, se estructura la información obligatoria de carácter continua que debe ser proporcionada por las Organizaciones Deportivas Profesionales.

### **1. Información anual**

**1.1. Memoria anual** (Plazo de presentación, Contenido, Resultados, Activos, Pasivos, Liquidez y Endeudamiento)

**1.2. Presupuesto anual** (Instrucciones generales de preparación, Presupuestos con déficit, Plazo de presentación, Declaración de responsabilidad)

**1.3. Publicación de estados financieros** (publicación de un extracto de los estados financieros en prensa nacional de amplia circulación. Su publicación debe ser al menos quince días antes de la celebración de la junta o asamblea)

**2. Información trimestral** Los informes trimestrales, correspondientes a marzo, junio y septiembre deberán presentarse dentro del plazo de treinta (30) días contado desde la fecha de cierre del respectivo trimestre calendario. Dichos informes deben incluir la siguiente información:

---

<sup>5</sup> Artículo 6° de la Ley N° 20.019, que establece las condiciones que deben cumplir las organizaciones deportivas profesionales para permanecer en una asociación o liga deportiva profesional

<sup>6</sup> Artículo 14 en relación con el artículo 13 de la Ley N° 20.019.

## **2.1. Capital de funcionamiento**

## **2.2. Certificaciones de pago de obligaciones laborales y previsionales**

## **2.3. Declaración de responsabilidad**

**3. Otros antecedentes** Las organizaciones deportivas profesionales deberán hacer llegar a esta Superintendencia los antecedentes que se indican a continuación:

### **3.1. Acuerdos adoptados en juntas de accionistas**

**3.2. Incumplimiento del capital mínimo de funcionamiento**, dentro de los tres meses de producido éste.

**3.3. Citación a junta de accionistas**, cuando una sociedad anónima deportiva profesional presente riesgo de insolvencia, de acuerdo con lo establecido en Artículo 22° de la Ley N° 20.019.

**3.4. Medidas de corto plazo** que adoptará el fondo con el fin de solucionar el riesgo de insolvencia.

**3.5. Remitir copia de los documentos en que consten las cauciones**, dentro de los 10 días siguientes a que dichos antecedentes hayan sido entregados a la asociación o liga deportiva profesional correspondiente.

### **4.1.3 Circular N° 1813/2006 de la comisión del mercado financiero:**

Imparte instrucciones sobre notas específicas adicionales para estados financieros de organizaciones deportivas profesionales.

#### Notas adicionales a los estados financieros:

1. Nota sobre “Obligaciones laborales, previsionales y fiscales”
2. Nota Sobre “Intangibles”
3. Nota sobre “Ingresos de explotación y “costos de explotación”
4. Nota sobre “Cambios en el patrimonio”
5. Nota sobre “Cambios en el patrimonio”, para FDP
6. Nota sobre “Contingencias y restricciones”
7. Nota sobre “Saldo y transacciones con entidades relacionadas”

### **4.1.4 Circular N° 2011/2011 de la comisión del mercado financiero:**

Detalle nuevos requerimientos en torno a los activos intangibles.

Se requiere obligatoriamente incorporar en los estados financieros el siguiente detalle sobre la nota “Intangibles”, adicional a lo solicitado por NIC 38 “Activos Intangibles”:

1. Descripción de la naturaleza de cada uno de los intangibles, sus saldos y amortizaciones.
2. Información sobre los pases de jugadores activados, proporcionando antecedentes sobre:
  - a) Jugadores activados: entre otros, años de vencimiento de contratos; cantidad de pases activados por cada año de vencimiento de contratos; saldos al inicio del período de los pases activados; así como la amortización del período correspondiente.
  - b) Nombre de los jugadores activados: identificación del jugador activado; el monto neto del pase del jugador activado; y el porcentaje de la tenencia del pase.
  - c) Transacciones del ejercicio: entre otros, identificación de cada jugador transado en el período; club al cual fue comprado, vendido o dado

#### **4.1.5 Oficio circular N° 669/2011 de la comisión del mercado financiero:**

Designación de empresa de auditoría externa por Organizaciones Deportivas Profesionales.

Se instruye a las Organizaciones Deportivas Profesionales que a partir del ejercicio 2011 deberán designar, para efector de auditoria de estados financieros, a una empresa auditora inscrita en el Registro de Auditoría Externa (EAE) que el organismo creó en base a la Ley N° 20.382 sobre Gobiernos Corporativos.

#### **4.1.6 Oficio circular N° 822/2014 de la comisión del mercado financiero:**

Alternativas de adopción de Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS por su sigla en inglés).

Se proporcionan las siguientes alternativas de adopción de IFRS:

- Cada Organización Deportiva Profesional podrá elegir entre IFRS o IFRS Pyme.
- Su aplicación es a partir del ejercicio 2013.
- Opcionalmente podrán seguir aplicando los pronunciamientos contables derogados (Circular N° 1501 y Boletines Técnicos) para los ejercicios 2013 y 2014. Debiendo estas Organizaciones Deportivas Profesionales presentar obligatoriamente sus estados financieros bajo IFRS o IFRS Pyme a partir del ejercicio 2015.

## **4.2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

En 2005 se promulgó la Ley 20.019 que regula las S.A.D.P., ley que buscaba una mayor fiscalización financiera, fortalecer la administración, mediante la privatización del fútbol. El fútbol en nuestro país es el deporte que concentra mayores inversiones, participantes y seguidores, lo que nos lleva a pensar sobre la información financiera de estas, además la tendencia es hacia la gobernanza corporativa, cautelando los intereses de los diferentes grupos de interés, y en general se reconoce la asimetría de información como un elemento que perjudica las relaciones entre principal y agentes gestores y otros actores de los mercados, siendo la transparencia informativa, una forma de disminuir los problemas de agencia.

Durante el 2018 se realizó una investigación en la que se analizó la información financiera divulgada por dieciséis Sociedades Anónimas Deportivas Profesionales, de un universo de cuarenta y dos clubes profesionales, durante ese año participan cuarenta y cinco S.A.D.P. reconocidas en nuestra Asociación Nacional de Fútbol Profesional (Parra y Morales, 2020)

En lo que va de este 2020, con la contingencia sanitaria que está atravesando el mundo, vimos cómo clubes de fútbol se acogieron a la Ley de protección al empleo y/o disminuyeron las remuneraciones de sus trabajadores, sin embargo, sus ingresos principales no se vieron afectados; inversionistas, compromisos publicitarios y uno de los más importantes, el aporte televisivo. El club que más despertó alertas respecto a esta situación fue Colo-Colo, uno de los clubes que se acogió a la Ley 21.227, a pesar de ser el club que recibe el mayor aporte del canal privado, con un ingreso de 330 millones de pesos mensuales.

A partir de esta investigación, se plantean las siguientes interrogantes;

- ¿Las S.A.D.P publican sus informes financieros? ¿Qué es lo que publica? ¿a través de qué medio?
- ¿Las Sociedades Anónimas Deportivas Profesionales divulgan su información financiera por internet y otros reportes no financieros?
- ¿Qué variables en común existe entre las S.A.D.P que utilizan este método? (EERR positivos, tamaño, etc.)
- ¿Cuántas S.A.D.P optan por este fenómeno?
- ¿La información que divulgan es suficiente para suponer que son transparentes o que existe una buena administración?
- ¿Qué ventajas e inconvenientes ofrecen la Divulgación de Información Financiera en Internet para este sector?
- ¿Ha mejorado la cantidad y la calidad de la información divulgada en sus sitios?

## 5. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra no probabilística por selección de todas las sociedades anónimas de la primera división A del fútbol profesional, esta muestra logrará una comparación cualitativa y cuantitativa a la expuesta en 2018, además, sumando variables nuevas que ocurrieron este 2020.

En la investigación anterior se realizó un estudio empírico de los sitios web de los clubes de fútbol profesionales, si bien, la muestra inicial contenía 16 clubes que competían en primera división profesional, uno de ellos (Unión La Calera) no contaba con página web disponible, por lo que no fue posible analizar la muestra en su totalidad y debió concentrarse sólo en 15 clubes de la división.

En la actualidad, la división de honor de la Asociación Nacional de Fútbol Profesional cuenta con 18 clubes participantes, el aumento se debe a que en el último torneo no hubo descensos debido a la contingencia social que afectó la actividad en el país.

En esta investigación se logra analizar todos los clubes que participan en el torneo, dado que todos cuentan con página web, a continuación, se presenta la muestra analizada 2018 y 2020.

**Tabla 1: Clubes de fútbol profesional que participan en la liga 2018 y 2020.**

Nº	Club de Fútbol Muestra 2018	Nº	Club de Fútbol 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

## 6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para realizar la investigación, se determinó una revisión experimental, respecto a la información financiera y no financiera de las sociedades anónimas de fútbol profesional, los datos se definieron y obtuvieron, bajo la referencia de los diversos estudios de investigación, los cuales realizan sus estudios bajo la divulgación en internet, específicamente en los sitios webs oficiales de cada sociedad, evaluando el grado de comparabilidad y su evolución de acuerdo con dos momentos en el tiempo, 2018 y 2020.

Antes de comenzar la investigación, se corroboró la lista de chequeo de variables dependientes, utilizadas en la primera investigación, esta lista cuenta con cinco dimensiones, agrupándolas por variables con mayores similitudes entre sí. Dentro de las dimensiones, se incorporaron cuatro variables nuevas, en 2018 se estudiaron solo 57 variables, las nuevas que se sumaron en el estudio de 2020 considera, la Responsabilidad social de los clubes, masificación de las redes sociales, posee accesibilidad sencilla y, por último, en miras de comprender la pandemia que afecta al sector a través del Covid-19, este 2020 a Chile y el mundo, en total serán 61 las variables a evaluar. Decir que las nuevas variables se agrupan de forma separada a las ya aplicadas o evaluadas el 2018, para no afectar la serie temporal y el índice de medición (la comparabilidad).

A continuación, se detallan las dimensiones y el número de variables que contiene cada una.

1. **DIMENSIÓN RENDICIÓN DE CUENTAS:** En esta se considerarán, la presencia de balance general, estado de cambios patrimonio, situación financiera, flujos de efectivo, notas explicativas (de los estados financieros), memoria anual. (esta dimensión cuenta con 14 variables)
2. **DIMENSIÓN COMPAÑÍA Y ESTRATEGIA:** En donde se considerarán, aspectos relacionados a la sociedad en sí, presencia de carta del presidente de la compañía (como documento independiente de la memoria), divulgación de equipo de gobierno de la empresa, organigrama de la empresa, información sobre juntas directivas/accionistas, composición accionarial, pagos de dividendo, figura de la estructura empresarial, Estatutos Administrativos, Contrato de Concesión, etc. (esta dimensión cuenta con 11 variables)
3. **DIMENSIÓN ANÁLISIS FINANCIERO:** En esta dimensión se revisará la presentación de la información, si ésta se realiza mediante tablas o gráficos, además considera la proporción por parte de las S.A.SP. de ratios financieros, información cuantitativa de los impactos de implementar NIIF (IFRS), etc. (esta dimensión cuenta con 6 variables)
4. **DIMENSIÓN TRANSPARENCIA:** se encuentran las variables correspondientes a informes de riesgos, códigos de ética, informes de auditor externo, gobierno corporativo,

posee accesibilidad sencilla, presenta información de RSE. (esta dimensión cuenta con 7 variables)

5. **DIMENSIÓN FUNCIONALIDAD:** en esta dimensión evaluaremos la funcionalidad de la plataforma, con respecto a lo que nos permite realizar en ella, contactarles, tienda online, vínculos con redes sociales, información sobre Covid-19, Etc. (esta dimensión cuenta con 23 variables)

Luego de completar el chequeo de todas las variables y estipular los datos, se elaboraron índices parciales de los resultados, luego de aquello se realizó un índice total de la información recogida

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

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

$$\mathbf{IDFaf} = \frac{\sum \text{Puntos obtenidos en el apartado}}{\sum \text{Total puntos de esta dimensión (6)}} * 100$$

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

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

$$0 < \mathbf{IDFx} < 100$$

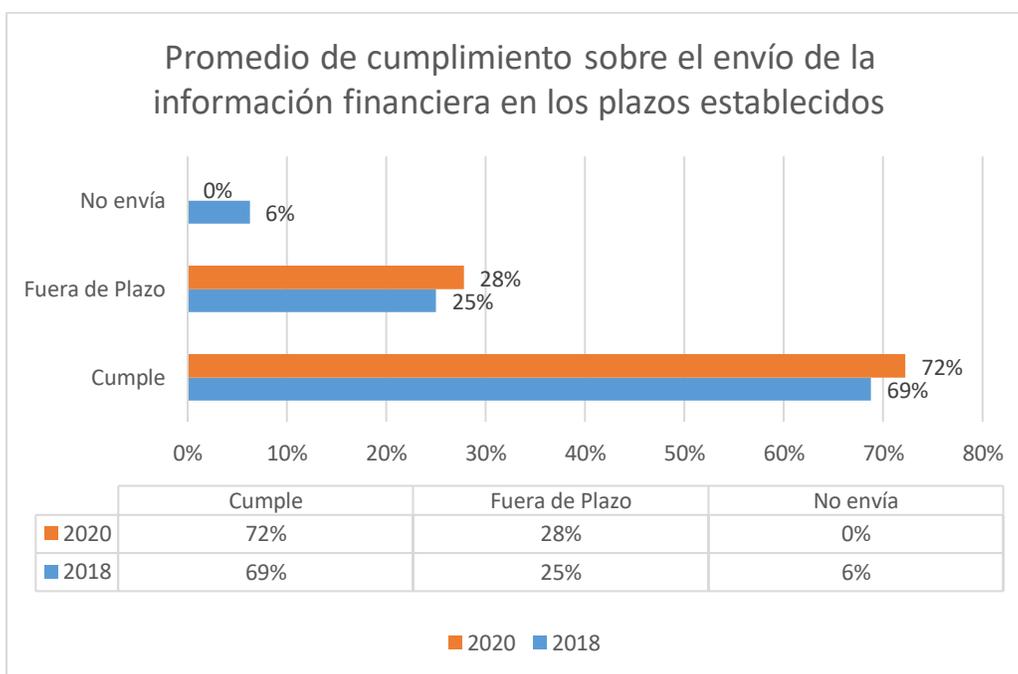
## 7. RESULTADOS

A continuación, se presentarán los resultados de las dimensiones investigadas según la muestra evaluada, y sus respectivas variables.

### 7.1 Análisis de la información financiera de los clubes de fútbol profesional.

Antes de analizar cada dimensión, es importante conocer si hay una evolución en los cumplimientos de estas organizaciones respecto a la información financiera y las regulaciones vigentes, un aspecto no menor es conocer si las Sociedades Anónimas Deportivas Profesionales presentaron a la Asociación Nacional de Fútbol Profesional (ANFP) y a la Comisión de Mercado Financiero, su información financiera del año anterior dentro del primer cuatrimestre de cada año, cómo estipula la Ley 20.019 en su Art. N°6.

**Gráfico 1: Cumplimiento de las organizaciones deportivas profesionales**



Fuente: Elaboración propia en base a lo publicado en la página web de la Comisión del Mercado Financiero

Con relación a este ámbito podemos evidenciar un aumento en las organizaciones deportivas profesionales que cumplieron con lo establecido y enviaron dentro de los plazos, la información financiera.

Se visualiza además que, durante este periodo todos los clubes en competencia enviaron dicha información, mientras que el club que en 2018 no envió información, en este último periodo lo hace fuera de plazo, lo que se refleja cómo un pequeño incremento en dicho promedio.

## 7.2 Análisis estadístico descriptivo dimensión rendición de cuentas

En esta dimensión se comprobó la presencia de balance general, estado de cambios patrimonio, situación financiera, flujos de efectivo, notas explicativas (de los estados financieros), memoria anual, en las páginas web.

**Tabla 2: Resumen estadísticos descriptivos de la dimensión rendición de cuentas**

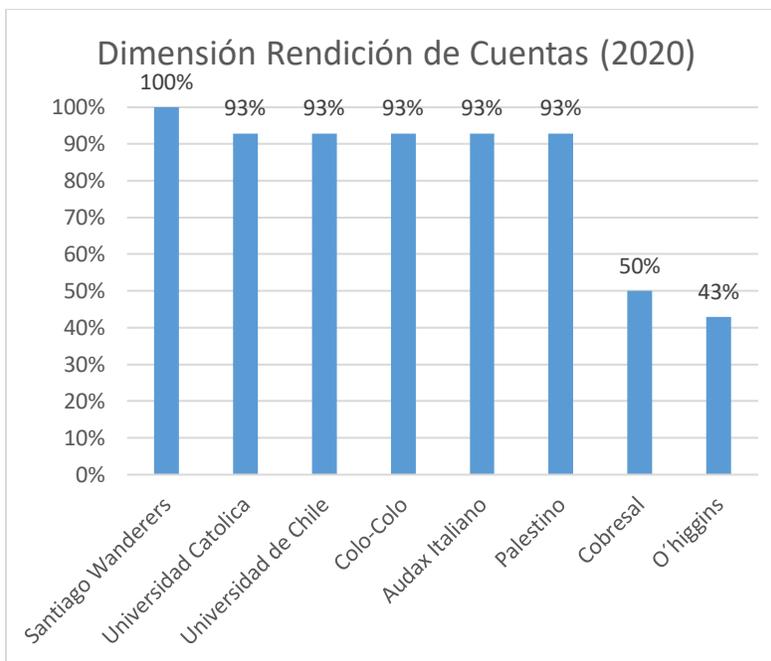
DIMENSIÓN RENDICIÓN DE CUENTAS	PROMEDIO	DESVIACIÓN	MAX	MIN	RANGO
PERIODO 2020	37%	44%	100%	0%	100%
PERIODO 2018	32%	38%	93%	0%	93%

Fuente: Elaboración Propia

Al analizar los componentes de la Tabla 2 para los cálculos de la medida de la tendencia central se observa en esta dimensión que el cumplimiento aumentó en razón del 5%, también se observa que se mantiene la gran diferencia entre los valores máximos y mínimos, lo que se ve reflejado en una alta desviación estándar.

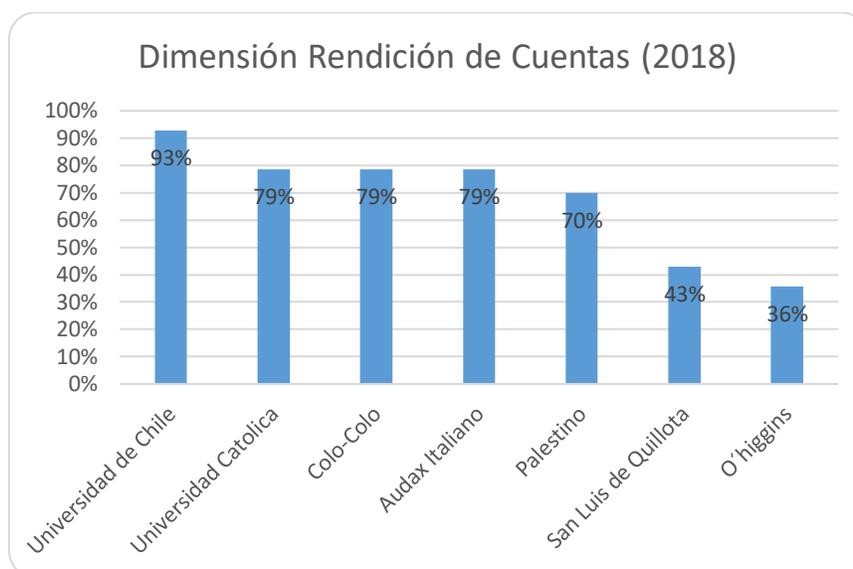
Al analizar la dispersión se observa que la desviación estándar aumentó un 6%, esto debido a que los clubes que muestran menor cumplimiento en esta dimensión tienen un promedio de 6%, esto corresponde a diez clubes, dos más que el periodo anterior, es decir el 56% de los clubes no poseen la información. Por otra parte, el 44% de los clubes restantes se encuentran sobre el promedio de la dimensión, los que, además, aumentaron su promedio de cumplimiento (ver gráfico 2 y 3)

**Gráfico 2: Clubes con mayor cumplimiento en la dimensión rendición de cuentas periodo 2020**



Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 3: Clubes con mayor cumplimiento en la dimensión rendición de cuentas periodo 2018**



Fuente: elaboración Propia

Podemos visualizar que el número de clubes que presentan porcentajes por sobre el promedio aumentó en un 14% y, además, que el 86% de los clubes que mostraron resultados en 2018, vuelven a estar presentes en 2020, aumentando sus porcentajes de cumplimiento y siendo desplazados sólo por el recién llegado Santiago Wanderers.

### 7.3 Análisis estadísticos descriptivos dimensión compañía y estrategia

Se esperó encontrar aspectos relacionados a la sociedad en sí, presencia de carta del presidente de la compañía (como documento independiente de la memoria), divulgación de equipo de gobierno de la empresa, organigrama de la empresa, información sobre juntas directivas/accionistas, composición accionarial, pagos de dividendo, etc. Disponible en sus páginas web.

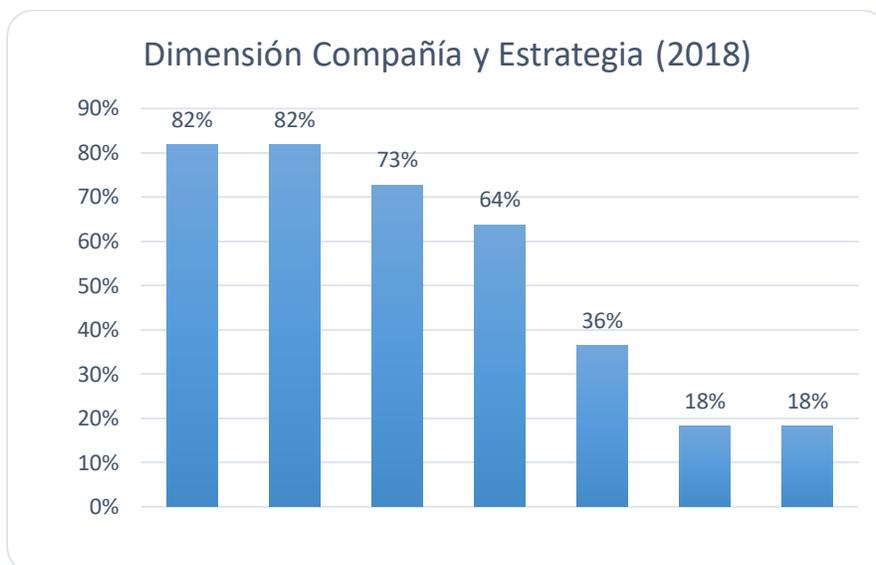
**Tabla 3: Resumen estadísticos descriptivos de la dimensión compañía y estrategia**

DIMENSIÓN COMPAÑÍA Y ESTRATEGIA	PROMEDIO	DESVIACIÓN	MAX	MIN	RANGO
PERIODO 2020	33%	41%	100%	0%	100%
PERIODO 2018	26%	32%	82%	0%	82%

Fuente: Elaboración Propia completar

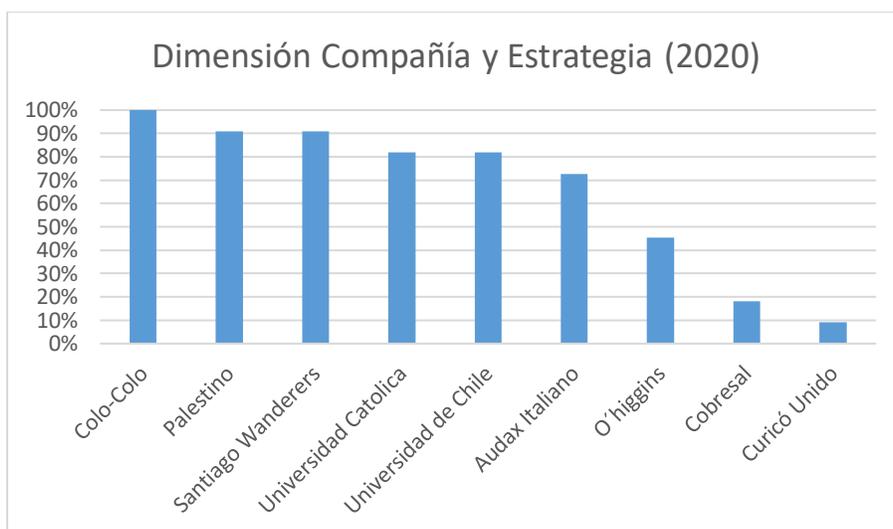
Al analizar los componentes que presenta la Tabla 3 podemos visualizar que esta dimensión aumentó su promedio 7%, con respecto a la desviación estándar podemos observar una gran dispersión de datos, que, además, se refleja en los valores máximos y mínimos, al ser tan extremos presentan un rango entre un 82% y 100%, el aumento de esta dimensión, se debe a que en 2018 sólo dos organizaciones presentaron promedios iguales al máximo (82%) mientras que en este periodo cinco organizaciones presentan valores iguales o superiores a este (ver gráficos 4 y 5).

**Gráfico 4 Clubes con mayor cumplimiento en la dimensión compañía y estrategia periodo 2018**



Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 5 Clubes con mayor cumplimiento en la dimensión compañía y estrategia periodo 2020**



Fuente: Elaboración Propia

Con respecto a las variables con mayor y menor presencia la variable “Divulga equipo de gobierno de la empresa” a pesar de que disminuye en 16%, sigue manteniéndose como la variable con mayor presencia, mientras que “Divulga Contrato de Concesión” y “Posee carta del presidente de la compañía (como documento independiente de la memoria)” siguen siendo las variables con menor presencia en los clubes, con presencia en sólo dos clubes.

### 7.4 Análisis Estadísticos descriptivos dimensión análisis financiero

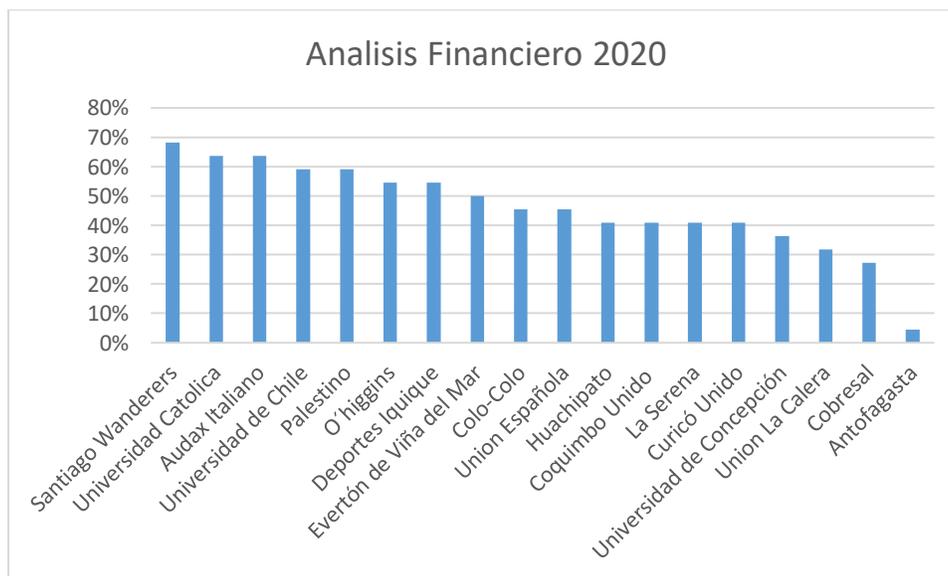
En la siguiente tabla, donde se observaron la divulgación de estados contables, resúmenes de estados contables, ratios financieros del ejercicio 2019, entre otros, existe un bajo cumplimiento en este índice, con un promedio de 46%, de los 18 clubes, pero con un aumento de un 15% en comparación con el año 2018, la máxima de esta, es de un 68% y el mínimo es de un 5% en la divulgación a través de sus páginas web, las variables de mínima y máxima respecto a los dos años, disminuyó la máxima porque aumento el porcentaje mínimo, ya que son variables inversamente proporcional, 2020 respecto a su desviación estándar estamos frente a una dimensión regular, ya que el porcentaje de esta no es alto, con un 16% del resultado total en el año 2020, mejorando mucho en comparación al año 2018.

**Tabla 4: Estadísticos descriptivos dimensión análisis financiero**

DIMENSION ANALISIS FINANCIERO	PROMEDIO	DESVIACIÓN	MAX	MIN	RANGO
PERIODO 2020	33%	44%	100%	0%	100%
PERIODO 2018	31%	40%	83%	0%	83%

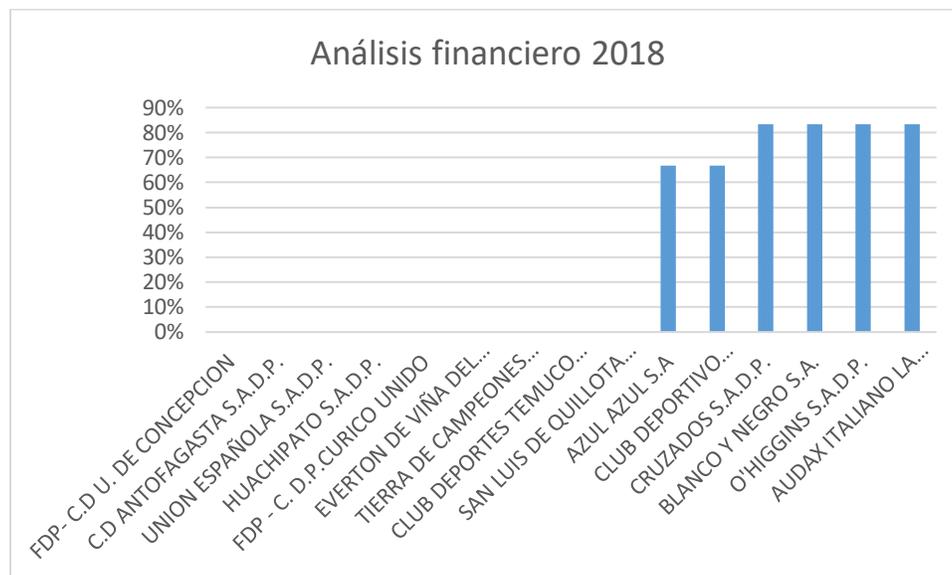
Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 6: Índice dimensión de análisis financiero 2019**



Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 7: índice Dimensión de análisis financiero 2018**



Fuente: Elaboración propia

Respecto al índice de dimensión de análisis financiero, las variables que menos porcentaje de información presentan los clubes en sus páginas webs están bajo el ítem **“Divulga información on-line de bolsa o precio de la acción en tiempo real”** y **“Divulga gráficos y/o cuadros explicativos de situación financiera”**, respecto a las otras cuatro variables, logran el porcentaje más alto con un 39% de información, respecto a las variables que menos se divulgan, se mantienen en los dos años observados, siguen siendo las menos publicadas, pero la diferencia que existe en 2019, es que hay mayor divulgación de los clubes, por ejemplo en el año 2018 el Club deportivo Huachipato S.A.D.P. Difundía 0% de información financiera, en 2019 este aumento en un 40% en divulgación a través de su sitio web.

**7.5 Análisis estadísticos descriptivos dimensión transparencia**

En los siguientes porcentajes, se evalúa la presencia de buenas prácticas corporativas, código de ética, código de buen gobierno, informe de auditores, en esta tabla existe diferencia de porcentajes bastante amplios, la máxima alcanza los 86% y por otro lado la mínima con un 0%, dato no menor, ya que, el promedio es de un 23%, lo que sí existe un aumento respecto del promedio de información, ya que más clubes publicaron al menos una variable de la dimensión completa.

**Tabla 5: Estadísticos descriptivos dimensión transparencia**

DIMENSIÓN TRANSPARENCIA	PROMEDIO	DESVIACIÓN	MAX	MIN	RANGO
PERIODO 2020	23%	28%	86%	0%	86%
PERIODO 2018	20%	29%	100%	0%	100%

Fuente: Elaboración Propia

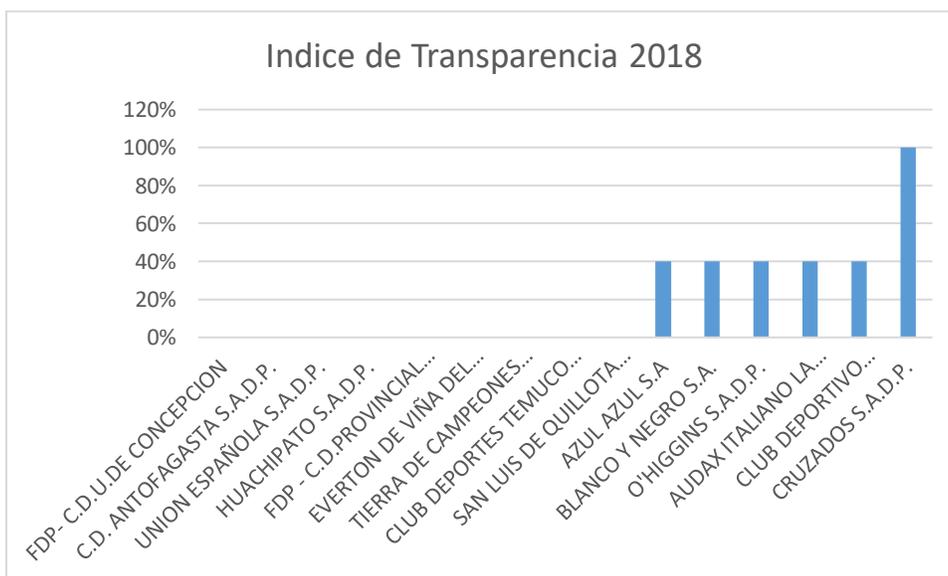
La desviación estándar mayor al promedio obedece a la gran diferencia entre los valores máximos y mínimo donde el 57,7% de las empresas evaluadas promediaron un 0%, a diferencia del promedio máximo de 86% que sólo fue alcanzado por Cruzados S.A.D.P, mismo caso, que ocurrió en 2018, donde el máximo de las variables fue cumplido por el mismo club en el ejercicio 2019.

**Gráfico 8: Índice dimensión de transparencia 2020**



Fuente: Elaboración Propia.

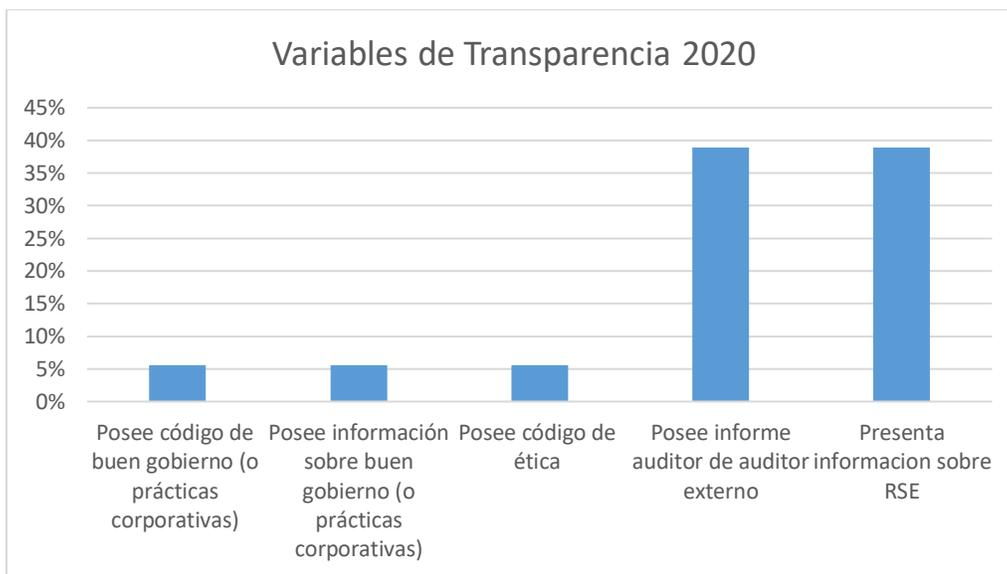
**Gráfico 9: Índice dimensión de transparencia 2018**



Fuente: Elaboración Propia

Las variables menos encontradas con menor porcentaje de divulgación fueron “**Posee código de buen gobierno (o prácticas corporativas)**”, “**Posee información sobre buen gobierno (o prácticas corporativas)**” y “**Posee código de ética**” con un promedio de apenas un 6%, como se demuestra en la siguiente tabla, variables que se mantienen desde 2018, con baja divulgación de información, en las variables anteriormente mencionadas dato no menor, con lo cuestionado que se ha visto las malas prácticas en el fútbol a nivel nacional e internacional.

**Gráfico 10: Promedio de participación de variables de la dimensión de transparencia 2020**



Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 11: Promedio de participación de variables de la dimensión de transparencia 2018**



Fuente: Elaboración Propia

La gran diferencia que existe en estas variables de transparencia de los dos años comparativos es la variable de Responsabilidad Social, donde existe un 39% de divulgación respecto a esta información corporativa, la cual se hace necesario sobre el impacto de la empresa en su comunidad.

### 7.6 Análisis estadísticos descriptivos dimensión funcionalidad

De acuerdo con lo que vemos en la Tabla 6, estamos frente a la dimensión más regular, con una desviación estándar más baja de las cinco dimensiones que se ha analizado, en el año 2018, esta dimensión igual dio porcentajes más positivos respecto al divulgar la información que contienen estas variables.

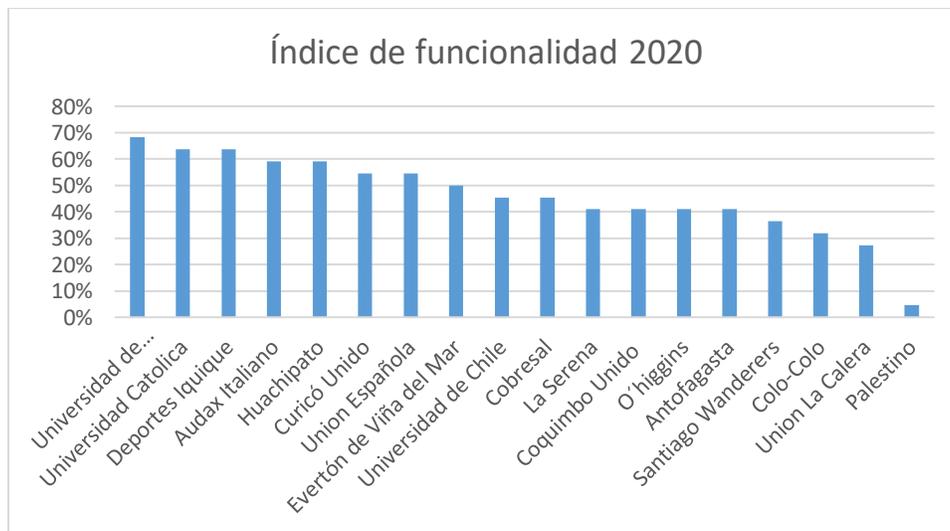
**Tabla 6: Estadísticos descriptivos dimensión funcionalidad**

DIMENSION FUNCIONALIDAD	PROMEDIO	DESVIACIÓN	MAX	MIN	RANGO
PERIODO 2020	46%	16%	68%	5%	64%
PERIODO 2018	45%	13%	65%	15%	50%

Fuente: Elaboración Propia

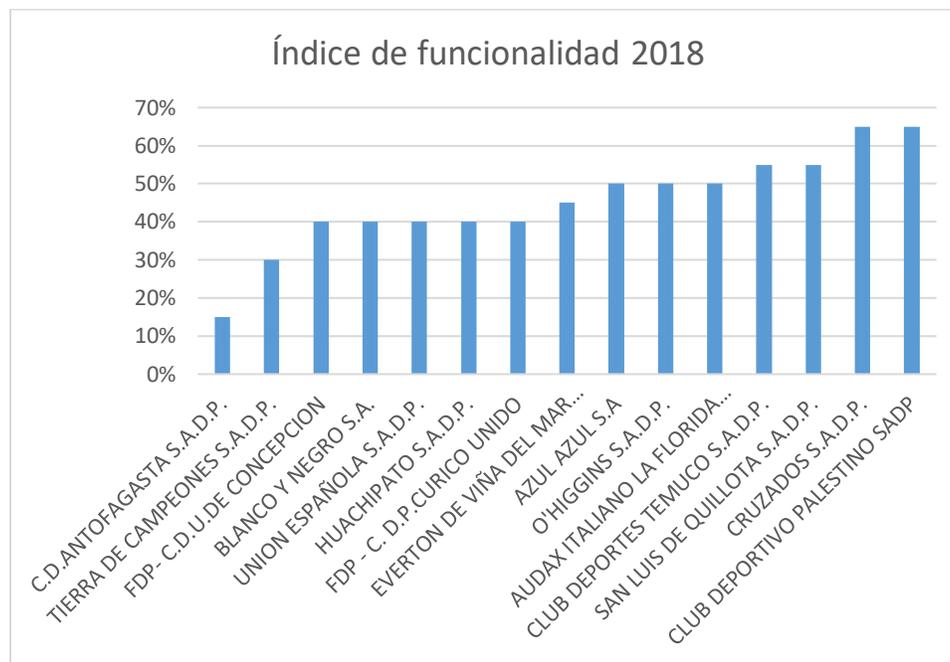
Con respecto a los mínimos y máximos respecto a funcionalidad, nos encontramos con solo un club en el promedio más bajo, que corresponde a Club de Deportivo Palestino S.A.D.P. con un 5% antes mencionado, caso contrario en el 2018 ese puesto lo ocupaba deportes Antofagasta, en el otro extremo en el año 2018 lo ocupaba Club Deportivo Palestino S.A.D.P, el cuál bajó drásticamente su divulgación en la dimensión de funcionalidad y este 2019 el Club Deportivo Universidad de Concepción F.D.P. Tienen los porcentajes más altos de divulgación con un 68%, Cruzados S.A.D.P y Deportes Iquique S.A.D.P con un 64%, cada uno.

**Gráfico 12: Índice de funcionalidad 2020**



Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 13: Índice de funcionalidad 2018**



Fuente: Elaboración Propia

Esta dimensión cuenta 22 variables, de las cuales sólo dos variables no fueron presentadas en ninguna del web de la muestra, en el año 2018 y se mantiene para el ejercicio de 2019, estas corresponden a **“Posee buzón de sugerencias”**, **“El sitio web posee información financiera en inglés”** y **“Posee contador de visitas”**, por otro lado tres variables que presentaron 17 clubes de los 18 investigados en 2019 son; **“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”**, variables que se mantienen con el año 2018. Además, en esta dimensión, existe una variable que afectó particularmente el 2020, la variable **“informa medidas sobre Covid”**, la cual promedió un 33%, 6 de los 18 clubes, ha publicado en sus páginas medidas y protocolos para la pandemia que atraviesa Chile y el mundo.

#### **Nuevas variables respecto a la evaluación de 2018 que se analizaron.**

Respecto a las variables nuevas que se sumaron en la dimensión de funcionalidad, se analizó reflejar el protocolo con el que cuentan los clubes respecto al Covid-19 y además verificamos si presentan link hacia sus redes sociales, en este punto todos los clubes cumplen en un 100% de difusión con esa variable, en la Dimensión de transparencia donde comprobamos si la compañía tiene un compromiso con la Responsabilidad Social, existe un 39% de entrega de información al respecto, pero solo reflejado en el aspecto social, no existe información respecto al impacto, cuidado o intervención en el medio ambiente, un tema importante en la economía actual.

### 7.7 Análisis estadísticos descriptivos de la investigación.

A partir de todas las dimensiones construiremos un promedio total de las variables evaluadas, donde tal como se muestra en la Tabla 7, el promedio de todas las dimensiones investigadas en el total de la muestra aumenta un 3%, donde la desviación estándar mantiene la tendencia evidenciada en la mayoría de las dimensiones.

**Tabla 7: Estadísticos descriptivos promedios**

TOTAL	PROMEDIO	DESVIACIÓN	MAX	MIN	RANGO
PERIODO 2020	34%	33%	85%	1%	84%
PERIODO 2018	31%	28%	82%	3%	79%

Fuente: elaboración propia

Con respecto al mínimo y máximo, cabe señalar que en el periodo 2018 seis organizaciones deportivas se encontraban sobre el promedio, mientras en 2020 fueron siete las organizaciones que lo superaron, el aumento en este escenario se debe a que en el periodo 2020 se adicionaron tres organizaciones a la división, una de estas, se suma al ranking de las que bajo esta investigación serán las entidades que divulgan más información entre sus pares.

**Tabla 8: Ranking entidades con mayor grado de divulgación financiera y no financiera.**

	ENTIDAD	IDFrc		IDFce		IDFtran		IDFaf		IDFfunc		TOTAL	
		Año 2018	Año 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 8, podemos visualizar el ranking construido en base al mayor porcentaje de divulgación financiera durante el 2020, el club en la segunda posición no participó del torneo durante el periodo 2018, por lo que no tiene datos comparativos, también podemos visualizar que los seis clubes que se encontraban sobre el promedio total durante el periodo 2018 coinciden en el año 2020, con algunas diferencias entre sus porcentajes de cumplimiento lo que significó cambiar posición en el ranking.

Acercas de las organizaciones deportivas profesionales que se posicionan en el final del ranking, se mantiene la conducta a través de los años, donde su divulgación no supera el 10% de las variables estudiadas, donde sólo se evidencia presencia en la dimensión de funcionalidad.

**Tabla 9: Organizaciones deportivas profesionales con menor cumplimiento de divulgación periodo 2018**

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 10: Organizaciones deportivas profesionales con menor cumplimiento de divulgación periodo 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

Desde el punto de vista de las características, podríamos decir, que las organizaciones deportivas profesionales con mayor historia presentan divulgación su información o son más transparentes, ya que estas poseen una edad promedio superior a 100 años, mientras que las organizaciones que menos información divulgan poseen una edad promedio de 67 años.

Además, se analizó la presencia de cuota de género dentro de la directiva de las organizaciones estudiadas, donde la tasa participación de género en las 18 organizaciones evaluadas fue un 2%, la presencia de mujeres en el directorio estuvo presente sólo en 17% del estudio, desde esta mirada podemos desprender que el 50% de las organizaciones con mayor divulgación de su información posee cuota de género, mientras que ninguna de las organización con menor divulgación posee mujeres dentro de su directorio.

### 7.8 Análisis mediante prueba no paramétrica de las variables

Dado los aumentos y disminuciones evidenciados en los análisis anteriores se considera necesario aplicar prueba de rangos con signo de Wilcoxon, prueba no paramétrica que nos permite comparar el rango de las dos muestras y determinar si existen diferencias entre ellas, donde la hipótesis nula será que no hubo aumento de la transparencia o divulgación de información a través de sus páginas web por medio de las S.A.D.P., mientras que la hipótesis alternativa será que hubo aumento en la divulgación de la información a través de las páginas web desde el periodo 2018 al periodo 2020.

**Tabla 11: Estadísticos de prueba de Wilcoxon variables estudiadas**

Prueba de rangos con signo de Wilcoxon	
	Año2020 - Año2018
Z	-,666 <sup>b</sup>
Sig. asintótica(bilateral)	0,506
b. Se basa en rangos negativos.	

Fuente: elaboración propia

A partir de los resultados obtenidos ( $p > 0.05$ ), debemos rechazar la hipótesis alternativa y quedarnos con la hipótesis nula, la cual nos indica que desde el periodo 2018 a periodo 2020 no hubo aumento significativo en la divulgación de información a través de sus páginas web, por parte de las organizaciones deportivas profesionales.

**Tabla 12: Estadísticos de prueba de Wilcoxon por dimensiones estudiadas**

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

Fuente: elaboración propia

Al analizar mediante la misma prueba cada dimensión estudiada podemos evidenciar que la hipótesis se mantiene, y no podemos comprobar una diferencia significativa entre el aumento en la divulgación de la información por medio de las páginas web de las organizaciones deportivas profesionales estudiadas.

## 8. CONCLUSIONES

El desarrollo de este informe está basado en los planteamientos teóricos sobre la importancia de la divulgación financiera y no financiera en sus páginas de internet, quienes reconocen esta herramienta como un recurso estratégico que genera un gran proceso evolutivo para las compañías.

La tesis surgió a partir de la identificación de la ausencia de divulgación de información por medio de internet, evidenciados en los resultados obtenidos en el estudio exploratorio de Parra y Morales (2020), dónde se evidenció que el gran porcentaje de las organizaciones estudiadas presentaban cumplimiento sólo en la dimensión de funcionalidad.

El objetivo general y los específicos de este estudio relacionados con “evaluar la calidad y evolución de la información financiera y no financiera de las SADP.” fue aplicado a todas las organizaciones deportivas profesionales que actualmente participan en la división de honor (1era A), de la Asociación Nacional de Fútbol Profesional (ANFP).

Dentro de la información que más divulgan estas organizaciones, logramos evidenciar que la dimensión *Funcionalidad (IDFfunc)* se presenta en todas las organizaciones, este sector prioriza mantener informados a sus Stakeholders sobre el espectáculo, campañas futbolísticas, otorgar información sobre el campeonato en curso y contar con un espacio de novedades o noticias actualizado.

Por otro lado, la dimensión *Transparencia (IDFtran)* dónde esperábamos encontrar códigos de buenas prácticas, de ética, informes de auditores, informes de riesgos, etc. Fue nuevamente la dimensión con menos presencia dónde no fue posible superar el 23% de cumplimiento, seguido de la dimensión *Compañía y Estrategia (IDFce)* que sólo alcanzo un promedio de 33%, y estar presente en el 50% de las organizaciones estudiadas.

En términos generales, logramos evidenciar un leve aumento de presencia de las variables estudiadas, sin embargo, no hubo un aumento en la cantidad de organizaciones que optan por la divulgación de la información a través de sus páginas web, el tamaño (considerada en años) es una de las relaciones que logramos identificar entre los clubes que divulgan su información corporativa, sumada además, que la presencia de cuota género en el directorio sólo estuvo presente en organizaciones con mayor porcentaje de divulgación.

Finalmente, a partir de la prueba de Wilcoxon se pudo definir que no hubo aumento significativo de la presencia de las informaciones divulgadas medidas a través de las variables estudiadas desde estudio del periodo 2018 al 2020.

En virtud de lo expuesto, podemos concluir, que en este sector la información que divulgan las organizaciones deportivas profesionales no es suficiente para suponer que son transparentes o que existe una buena administración, por lo que es necesaria una normativa y/o fiscalización que impulse en estas organizaciones una estrategia de transparencia.

Esta investigación tiene variadas extensiones, es necesario evidenciar a corto plazo si la información financiera emitida por estas organizaciones cumple con lo exigido por la Ley 20.019, tanto en formas, como en plazos. Además, es relevante conocer la realidad de las organizaciones

que participan en las divisiones inferiores con respecto a la entrega de informes y su divulgación por medio de sus plataformas web.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- Aranguren Gómez, N., & Ochoa Laburu, E. (2008). Divulgación de información sobre empleados y medio ambiente en España y Alemania: una nota de investigación. *Revista de contabilidad*, 11,2,23.
- Aranzadi, D. (1976). *Cooperativismo Industrial Como Sistema, Empresa y Experiencia*. Tesis Doctoral.
- Armstrong, P. K. (2012). Marketing. En P. Kotler, *Marketing* (pág. 54). Mexico: Person.
- Biblioteca del Congreso Nacional. (2020). *Ley 18046, Biblioteca del Congreso Nacional*. Obtenido de <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=29473&idVersion=2010-01-01>
- Briano, G. (2013). *Transparencia de la información Corporativa en internet de las empresas del Ibex 35*.
- Caba y Castillo. (2003). La Divugación Digital de la Información Financiera. Caso de las Compañías Colombianas Cotizadas en la bolsa.
- Chiavenato, I. (2007). *El capital humano de las organizaciones*. Ciudad de México: Mcgraw-Hill.
- CMF . (OCTUBRE de 2020). *Portal de educación financiera*. Obtenido de Portal de educación financiera: <https://www.cmfeduca.cl/educa/600/w3-printer-1144.html>
- Coliague, M., & Lago, D. (2020). *Análisis de la información Corporativa divulgada a través de los sitios web en la industria del fútbol chileno*. Concepción, Chile.
- Gabriela Parra, F. M. (2020). Caracterización de la información corporativa divulgada por las Sociedades Anónimas Deportivas Profesionales (SADP) chilenas a través de sus sitios web. *Horizontes Empresariales*.
- Gandía y Pérez. (2005). *e-Gobierno Corporativo y transparencia en las sociedades cptizadas españolas*.
- Gandia, L. (2003). *Transparencia informativa digital en las Sociedades cotizadas en el mercado continuo: un estudio empírico*.
- Giner, B. (1995). *La divulgación de información financiera: una investigación empírica, instituto de contabilidad y auditoría de cuentas, ;ministerio de economía y Hacienda*. Madrid.
- Hernandez, P. M. (2018). *Información no financiera como herramienta de transparencia*. ESPAÑA.
- Jara y Carrasco. (2015). Información financiera en la industria del fútbol Chileno: ¿Oportuna, comparable, confiable y transparente? *Contabilidad y sistemas*.
- Jennings, A. (2015). *FIFA, la caída de un imperio*. Mexico: Alfaguara.
- Laudon, K. C. (2012). Sistema de información Gerencial. En K. C. Laudon, *Sistema de información Gerencial*. (pág. 640). Mexico: Pearson Educación.

- Lizcano, J. L. (2004). Transparencia informativa y responsabilidad social Corporativa. En J. L. Lizcano, *Transparencia informativa y responsabilidad social Corporativa* (pág. 279).
- Longinos, J., River, M., & Rubio, A. (2008). "La responsabilidad social corporativa como determinante del éxito competitivo: un análisis empírico. *Revista Europea de Dirección y economía de la empresa*, 41.
- Malgioglio. (2013).
- Morales, Gonzalez y Vega. (s.f.). *Transparencia informativa: opciones para las Organizaciones sin fines de lucro*. Concepción.
- OCDE . (2014). *Protección al consumidor en el comercio electrónico*. Obtenido de <https://www.oecd.org/digital/consumer/proteccion-al-consumidor-en-el-comercio-electronico.pdf>
- Pablos, C. (2012). *Organización y transformación de los sistemas de información en la empresa*. Madrid: Esic Editorial.
- Parra y Morales. (2020). Caracterización de la información corporativa divulgada por las Sociedades Anónimas Deportivas Profesionales (SADP) chilenas a través de sus sitios web. *Horizontes Empresariales*.
- RAE. (2020). *Diccionario de la lengua Española, definición*. Obtenido de <https://dle.rae.es/internet>
- Rodriguez, G. (2004). Factores explicativos de la revelación voluntaria de información sobre fuentes de ventaja competitiva empresarial. *revista Española de financiación y contabilidad*, 705-739.
- Stewart, T. (1998). La nueva riqueza de las organizaciones:el capital intelectual. En T. Stewart, *La nueva riqueza de las organizaciones:el capital intelectual* (pág. 54). Barcelona: Ediciones Granica.
- Texeira, C. (2020). *Nueva normativa de divulgación de información no financiera para grandes empresas*.
- Watts, R., & Zimmerman, J. (1986). *Teoría de empresa*. New Jersey: Pretience-Hall.

---

<sup>i</sup> 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