

CARACTERIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN CORPORATIVA DIVULGADA POR LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS DEPORTIVAS PROFESIONALES (SADP) CHILENAS A TRAVÉS DE SUS SITIOS WEB

CHARACTERIZATION OF CORPORATE INFORMATION DISCLOSED BY THE CHILEAN SADP THROUGH THEIR WEBSITES

Gabriela Parra-Melani
Técnico Universitario en Administración
Universidad del Bío-Bío
gabriela.parra1601@alumnos.ubiobio.cl

Fernando Morales-Parada
Contador Auditor y Magister en Contabilidad.
Universidad del Bío-Bío
fmorales@ubiobio.cl

Resumen

El propósito de este estudio es evidenciar mediante variables de carácter financiero y no financieros, la información entregada por organizaciones deportivas profesionales que hoy compiten en la división de honor del fútbol chileno. Entre los principales resultados observamos que en este sector aún no existe una cultura de transparencia, además, existe una gran diferencia en gran parte de las dimensiones investigadas entre unas organizaciones y otras, dejando entre el ranking de las mejores empresas a clubes que históricamente han sido llamado grandes. Las conclusiones llevan a pensar en que aún falta una mayor concientización sobre la divulgación financiera y no financiera en las páginas web, lo que debiera estar acompañado de una mayor regulación al respecto.

Palabras claves: Divulgación, Transparencia, Chile

Clasificación JEL: M15, M48, M49, L83

Abstract

The purpose of this study is to demonstrate, through financial and non-financial variables, the information provided by professional sports organizations that today compete in the honor division of Chilean soccer. Among the main results observed that in this sector there is still no culture of transparency, there is a large difference in large part of the dimensions investigated between some organizations and others, leaving clubs that have historically been among the ranking of the best companies called great. The conclusions lead us to think that there is still a greater awareness about financial and non-financial disclosure on the websites, which must be accompanied by greater regulation in this regard.

Keywords: Disclosure, Transparency, Chile

JEL Classification: M15, M48, M49, L83

1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo pretende realizar un estudio comparativo de transparencia corporativa en las Sociedades Anónimas Deportivas, así como analizar si hay entre ellas alguna tendencia en la información presentada. Los datos fueron obtenidos en las páginas web de estas, nuestro universo inicial eran los 42 equipos de fútbol que forman parte de la Asociación Nacional de Fútbol Profesional (ANFP), los que se comprenden en 16 equipos de la Primera División del fútbol Nacional, 16 equipos de Primera División B y 10 equipos de Segunda División, por la relevancia y la antigüedad en este formato, nos quedaremos con los equipos de la División de Honor. Así, nuestra muestra posee 16 clubes deportivos.

La transparencia en este rubro es un tema de interés popular, muchos son los escándalos asociados a la mala gestión administrativa, ejemplo de esto fue lo ocurrido en 2016 donde Deportes Concepción fue desafiliado de la Asociación Nacional de Fútbol Profesional, por una mala administración⁹, hecho que marca un antes y después en las miradas locales sobre las administraciones nacionales de fútbol profesional.

El fútbol es el deporte con mayor popularidad en el país, un mercado que reúne cientos de aficionados cada semana, así lo deja en evidencia el Boletín estadístico de enero a noviembre de 2018, publicado por “estadio seguro”¹⁰, dónde señala que durante un año, alrededor de 4 millones de personas asistieron a dichos eventos, con un promedio de público asistente de 4.317 en las diferentes divisiones y torneos, dónde el aforo máximo alcanzó 45.546 personas durante el partido jugado entre la U. de Chile vs Racing por Copa Libertadores.

1.1 Marco Teórico

A continuación, se describen los conceptos principales utilizados en esta investigación que hace referencia tanto al tema de divulgación financiera, como a otros términos importantes ligados a la situación actual de las Sociedades Anónimas Deportivas Profesionales.

Las S.A.D.P. nacen como forma de terminar con la mala administración de los dirigentes y una débil estructura institucional de los clubes deportivos, ya que estos estaban constituidos como personas jurídicas de derecho privado, sin fines de lucro, es decir, eran corporaciones administrados por una persona natural, elegida por los socios del club.

⁹ Declaración pública de la ANFP sobre desafiliación de club deportes concepción- comunicado, Martes, 26 De Abril De 2016 <http://www.anfp.cl/noticia/26191/declaracion-publica-de-la-anfp-sobre-desafiliacion-de-club-deportes-concepcion> En línea [26.09.2018]

¹⁰ ESTADIO SEGURO: Boletín Estadístico Fútbol Chileno de enero a noviembre de 2018 <http://www.estadioseguero.gob.cl/media/2018/11/Bolet%C3%ADn-F%C3%BAtbol-Ene-Nov-2018.pdf> En línea [03.01.2019]

Aprobada el 20 de abril de 2005 y promulgada el 07 de mayo del mismo año, esta ley regula las S.A.D.P, pretende ordenar a los clubes deportivos, específicamente en el ámbito financiero, obligando a los clubes a transformarse en S.A.D.P, corporación o fundación.

1.2 Algunas disposiciones generales de la Ley 20.019

La Ley 20.019 está destinada a las organizaciones deportivas profesionales, vale decir, que sus jugadores sean remunerados y tengan contratos de trabajo.

Los clubes, sean S.A.D. corporaciones, deberán inscribirse en un Registro de Organizaciones Deportivas Profesionales que será administrado por Chiledeportes, y tendrán que cumplir con una serie de exigencias para permanecer en esta lista. Los castigos ante un incumplimiento parten por una amonestación escrita y pública; una multa no inferior a 10 ni superior a 100 Unidades Tributarias Mensuales; y la eliminación del Registro de Organizaciones Deportivas Profesionales

La fiscalización de los estados financieros y balances de las entidades estará a cargo de la SVS, mientras que la vigilancia de la incorporación, permanencia y eventual eliminación de éstas en el registro de organizaciones será resorte de Chiledeportes. Para conformarse como tal, las organizaciones tendrán que contar con un capital mínimo de 1.000 Unidades de Fomento (cerca de 18 millones de pesos), el que deberán mantener para conservar su calidad ante Chiledeportes.

La gran diferencia con el sistema que imperó en el fútbol nacional desde sus inicios es que con esta nueva Ley SAD los encargados de los clubes estarán obligados a cumplir con sus compromisos, ya que en caso de no hacerlo en los plazos estipulados arriesgarán la disolución de la Sociedad o del Fondo de Deporte, e incluso su eliminación del registro.

Estas entidades tendrán que contar con un presupuesto de ingresos y gastos aprobado e informado a la SVS, y deberán acreditar entre otras cosas que los salarios y las obligaciones laborales con sus trabajadores están al día

1.3 Acerca de la información financiera

Uno de los principales pilares introducidos por la Ley N° 20.019, fue la fiscalización financiera, el Artículo 37 estipula que; “La fiscalización y supervigilancia de los presupuestos, estados financieros, balances y estados de cuentas de las organizaciones deportivas profesionales corresponderá a la Superintendencia de Valores y Seguros, la que ejercerá dichas funciones de conformidad con lo dispuesto en la presente ley y en el Decreto Ley N° 3.538, de 1980, y sus modificaciones”

Tabla 1: Regulaciones relacionadas con divulgaciones para el sector

Para tales efectos la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS) ha emitido una serie de Normativas en relación con los requerimientos informativos de Organizaciones Deportivas Profesionales constituidas bajo la Ley n° 20.019, que se describen a continuación: Norma de Carácter General N° 201/2006 ¹¹	Estructura la información obligatoria de carácter continua que debe ser proporcionada a la CIRCULAR N° 1813/2006 ¹² : Imparte instrucciones sobre notas específicas adicionales para estados financieros
CIRCULAR N° 2011/2011:	Detalle nuevos requerimientos en torno a los activos intangibles.
OFICIO CIRCULAR N° 669/2011	Designación de empresa de auditoría externa por Organizaciones Deportivas Profesionales.
OFICIO CIRCULAR N° 822/2014	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

Fuente: Elaboración propia a partir de las normativas citadas

¹¹ NCG/201 del 13.09.2006

http://www.cmfchile.cl/institucional/mercados/ver_archivo.php?archivo=/web/compendio/ncg/ncg_201_2006.pdf
En línea [26.12.2018]

¹² Circular. N°1813 de 13 de septiembre de 2006 http://www.cmfchile.cl/normativa/cir_1813_2006.pdf

1.4 Acerca de la divulgación corporativa

La revolución tecnológica nos abre una nueva herramienta para la divulgación. (Gandía, J., 2001) que introdujo el concepto de información financiera digital, con el cual se pretende superar las limitaciones del modelo tradicional de divulgación, basado en el papel como soporte físico, mediante la introducción de una serie de herramientas hipermedia que modifican el formato, los plazos y el contenido de la información a divulgar por las compañías.

De esta forma, este fenómeno de disponer de informaciones financieras y no financieras en internet, no es nuevo, ya que tempranamente un *Discussion Paper* del (IASC, 1999) definió que *reporting* de negocios “es la divulgación pública sobre operaciones y datos financieros de un negocio”, mientras que *la* divulgación basado en la web es “la divulgación pública de datos sobre las operaciones y finanzas de la empresa vía el medio de comunicación, internet”.

(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.

La propuesta neoclásica de (Friedman, 1962) ha defendido durante bastantes años que la única responsabilidad de las empresas es incrementar sus beneficios dentro del cumplimiento de los principios legales y éticos. Frente a ella, la teoría de los stakeholders afirma que la satisfacción exclusiva de los intereses de los accionistas es una decisión a corto plazo, ya que para asegurar su éxito y supervivencia, las compañías deben satisfacer las necesidades de otros grupos de interés (Collier, 2008)

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).

Mientras que (Morales, Gonzalez y Vega) concluyen que en esta “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 on-line, actualmente una simple búsqueda de Google es más determinante, en cuanto a la percepción que se tiene de una compañía de publicidad multimillonaria.

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).

(Cárcava y García, 2003) agrupa en tres grandes bloques los diferentes atributos o ítems que permiten medir la información financiera contenida en las páginas web: la presencia o no en la web de documentos contables, presupuestarios y de gestión (tanto de elaboración obligatoria como voluntaria), la existencia de comentarios o gráficos explicativos, la periodicidad de dicha información, su nivel de desglose, el formato electrónico elegido para su presentación, la posibilidad de interacción entre entidad y usuario, etc.

Por lo tanto, estamos frente a lo que se denomina, el fenómeno del *accountability* que incluye la asignación de responsabilidades, los indicadores de resultados, el informe y la evaluación del mismo y ha sido promovido internacionalmente de acuerdo con los principios sobre gobierno corporativo de las (OCDE, 2004a) en el amplio concepto de la transparencia informativa.

Tabla 1: Atributos o ítems identificativos de la información financiera divulgada en internet

Contenido informativo Tipo de información económico-financiera que es publicada por las entidades locales en su sitio web	Contenido informativo (I) Documentos contables y financieros más frecuentes en la entidad local, una publicación es exigida en su mayoría por alguna disposición legal	Inform. Gráfica no estructurada Presupuesto Liquidación del presupuesto Balance Cuenta de resultados Otros estados contables Informe de fiscalización Memoria de gestión Indicadores de gestión Plan estratégico
	Contenido informativo (II) Inclusión de comentarios, gráficos explicativos y valores de referencia que permitan relativizar los datos y faciliten su interpretación por parte de colectivos no expertos en materia contable	Calidad de vida Anuario estadístico Comentarios explicativos Datos de ejercicios anteriores Datos de entidades similares Información intermedia Información segmentada Al menos dos idiomas
Formato de presentación Formato elegido por cada entidad a la hora de incorporar su información financiera en la Red (distintas características de formateo, universalidad, portabilidad y accesibilidad)	HTML Flash Excel Power Point Word	
Interacción con el usuario Predisposición de la entidad a establecer un diálogo con el usuario.	Solicitud a través de formulario Solicitud a través de e-mail Foros Listas de correo	

Fuente: Tomado de la Revista Española de Financiación y Contabilidad, Vol. XXXVII, N°137 (2008) pp.63-84

1.5 Revisión de literatura

La información financiera es una de las informaciones que mayor medida ha crecido y evolucionando en internet, las tecnologías y la globalización han dado lugar a diversas normas de estándares internacionales, los cuales en muchos sectores se han adoptado voluntariamente.

En los noventa, aparecían las primeras investigaciones al respecto, en su mayoría realizando análisis descriptivos o exploratorios del contenido de la información empresarial en sitios web, así lo evidencian los trabajos de (Spaul, B., 1997), (Ashbaugh, H., Johnstone, K. y Wartfield T., 1999), (Lymer, A., Debreceeny, R., GRay, G. L., & Rahman, A., Londres), (Deller, d., Stubenrath, M., Weber, C. y Wolfgang, J., 1999) y (Gowthorpe, 2004), entre otros. A partir del año 2000 se incrementaron los trabajos en esta línea, ya en línea de determinar cómo internet favorece el diálogo corporativo, con un enfoque más acorde a las necesidades futuras. En esta línea de estudio encontramos trabajos de (Drebency, R. y Rahman, A., 1999), (Allam, A. y Lymer, A., 2003), (Bonsón, E. y Escobar, T., 2004) y (Gandía y Pérez, 2005) y muchos otros, los que comienzan a considerar incipientes trabajos en contexto latinoamericano como los evidenciamos en (Caba y Castillo, 2003) (2002), (Mendes da Silva, W. y De Lira Alves, 2004) y Pelayo et al. (2013) por mencionar algunos.

Muchos son los estudios en relación a la divulgación financiera y no financiera por medio de las páginas web, como por ejemplo el análisis contenido sobre la divulgación de información referente a la sustentabilidad de las empresas (Hugo Moraga y Fernando Morales, 2009) dónde se estableció una particularidad en la divulgación financiera derivada específicamente del tamaño de estas.

En este mismo sentido (Morales y Jarne, 2009) confirman que las empresas de mayor tamaño son las que reflejan en sus páginas web mayores niveles de información, en especial a la rendición de cuentas y transparencia.

Por otro lado, en lo que la actividad del Fútbol refiere, (Jara y Carrasco, 2015) aseguran que las estructuras jurídicas adoptadas por los clubes de fútbol profesional tienen una incidencia directa en la información financiera, y que además, esta investigación reflejó una clara deficiencia informativa en gran parte de la industria del fútbol profesional chileno, así como en la fiscalización por parte de las Superintendencia de Valores y Seguros (SVS).

2. DESARROLLO

2.1 Métodos y muestra

La muestra de la investigación se determinó en función de los clubes de primera división del fútbol profesional. En esta muestra tendremos tres grupos; aquellos clubes que son manejados por Sociedades Anónimas Deportivas Profesionales (S.A.D.P) a través de una concesión, aquellos que funcionan como Sociedades Anónimas Abiertas (S.A.A) y aquellas que optaron por funcionar como Fondo de Deporte Profesional (F.D.P).

Estos son los 16 equipos participantes en el campeonato de primera división del fútbol profesional y su estructura orgánica:

Tabla 2: Clubes de Fútbol Profesional que participan en la liga 2017-2018

	Club de Fútbol	Razón Social Concesionaria	Estructura Jurídica
1	Universidad Católica	CRUZADOS S.A.D.P.	S.A.D.P.
2	Universidad de Concepción	FDP- CLUB DEPORTIVO UNIVERSIDAD DE CONCEPCION	F.D.P
3	Universidad de Chile	AZUL AZUL S.A	S.A.A
4	Antofagasta	CLUB DE DEPORTES ANTOFAGASTA S.A.D.P.	S.A.D.P.
5	Colo-Colo	BLANCO Y NEGRO S.A.	S.A.A
6	Unión La Calera	DEPORTES UNION LA CALERA S.A.D.P.	S.A.D.P.
7	Unión Española	UNION ESPAÑOLA S.A.D.P.	S.A.D.P.
8	O'Higgins	O'HIGGINS S.A.D.P.	S.A.D.P.
9	Huachipato	HUACHIPATO S.A.D.P.	S.A.D.P.
10	Audax Italiano	AUDAX ITALIANO LA FLORIDA S.A.D.P.	S.A.D.P.
11	Curicó Unido	FDP - CORPORACION DEPORTIVA PROVINCIAL CURICO UNIDO	F.D.P
12	Everton de Viña del Mar	EVERTON DE VIÑA DEL MAR S.A.D.P.	S.A.D.P.
13	Deportes Iquique	TIERRA DE CAMPEONES S.A.D.P.	S.A.D.P.
14	Palestino	CLUB DEPORTIVO PALESTINO SADP	S.A.D.P.

15	Deportes Temuco	CLUB DEPORTES TEMUCO S.A.D.P.	S.A.D.P.
16	San Luis de Quillota	SAN LUIS DE QUILLOTA S.A.D.P.	S.A.D.P.

Fuente: Elaboración propia con base en antecedentes descargados de www.cmfchile.cl

Este trabajo es una revisión empírica acerca de la divulgación de información financiera y no financiera, de aspectos relevantes en la gestión de SADP que hemos recogido a partir de otros estudios en esta línea de investigación, cuyo trabajo de campo se basa en lo divulgado en internet, específicamente en los sitios webs oficiales de cada Sociedad (representativa de clubes).

Para llevar a cabo la investigación, se elaboró una lista de chequeo de variables dependientes, esta lista cuenta con 5 dimensiones, agrupando las variables con similitudes entre sí:

- **DIMENSIÓN RENDICIÓN DE CUENTAS:** En donde se considerará 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)
- **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)
- **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 06 variables)
- **DIMENSIÓN TRANSPARENCIA:** se encuentran las variables correspondientes a informes de riesgos, códigos de ética, informes de auditor externo, gobierno corporativo, etc. (esta dimensión cuenta con 05 variables)
- **DIMENSIÓN FUNCIONALIDAD:** en esta dimensión evaluaremos la funcionalidad de la plataforma, con respecto a lo que nos permite realizar en ella, contactarles, tienda online. Etc. (esta dimensión cuenta con 20 variables)

Luego de realizar la recogida de estos datos, se elaboraron índices parciales para posteriormente llegar a un índice total.

$$\begin{aligned} \text{IDF}_{rc} &= \frac{\sum \text{Puntos obtenidos en el apartado}}{\text{Total puntos de esta dimensión (14)}} * 100 & \text{IDF}_{tran} &= \frac{\sum \text{Puntos obtenidos en el apartado}}{\text{Total puntos de esta dimensión (5)}} * 100 \\ \text{IDF}_{ce} &= \frac{\sum \text{Puntos obtenidos en el apartado}}{\text{Total puntos de esta dimensión (11)}} * 100 & \text{IDF}_{func} &= \frac{\sum \text{Puntos obtenidos en el apartado}}{\text{Total puntos de esta dimensión (20)}} * 100 \\ \text{IDF}_{af} &= \frac{\sum \text{Puntos obtenidos en el apartado}}{\text{Total puntos de esta dimensión (6)}} * 100 \end{aligned}$$

El índice total lo obtendremos con la sumatoria de todos los índices parciales, dividido en las dimensiones utilizadas (5)

$$\text{IDF}_{Total} = \frac{\sum \text{Puntos obtenidos en cada índice}}{5 \text{ (por las cinco dimensiones)}}$$

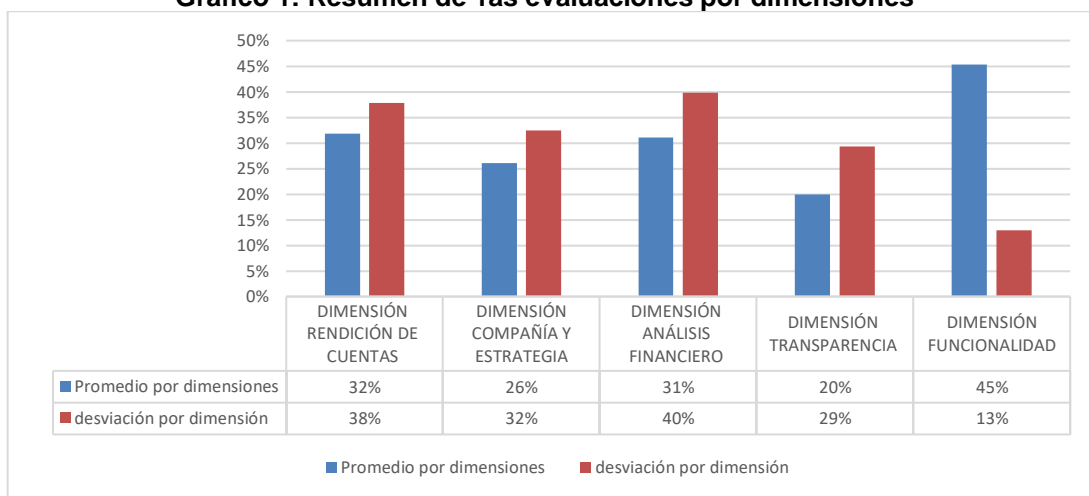
2.2. Resultados

En esta investigación se ha realizado un estudio empírico de los sitios web de los clubes de fútbol profesional, si bien nuestra muestra inicial correspondía a los 16 clubes que compiten en primera división profesional, en el desarrollo de la investigación nos encontramos con que uno de ellos (Unión La Calera) no cuenta con página web disponible, por lo que concentramos nuestra investigación a los 15 clubes de fútbol profesional que cuentan con página web disponible. Por lo tanto, la muestra queda conformada por sociedades o clubes se presenta en Anexo 1.

Análisis de la información Financiera de los Clubes de Fútbol Profesional

Tras la determinación de índices y dimensiones, observamos el promedio general por dimensión, destacando, además, que en cuatro de las cinco dimensiones analizadas la desviación estándar es superior al promedio obtenido por cada índice.

Gráfico 1: Resumen de 1as evaluaciones por dimensiones



Fuente: Elaboración Propia

Partiendo con el análisis de resultados se adjuntarán tablas obtenidas de los datos estadísticos descriptivos en detalle por cada dimensión, para concluir con un ranking de los clubes con mayor y menor divulgación financiera y no financiera en general. Los resultados por dimensión se presentan en la Tabla 4 siguiente:

Tabla 3: Resumen Estadísticos descriptivos de la dimensión Rendición de Cuentas

Dimensión	Promedio	Desviación	Max.	Mín.	Rango
Rendición de cuentas	32%	38%	93%	0%	93%
Compañía y estrategia	26%	32%	82%	0%	82%
Análisis financiero	31%	40%	83%	0%	83%
Transparencia	20%	29%	100%	0%	100%
Funcionalidad	45%	13%	65%	15%	50%
Total	31%	28%	82%	3%	79%

Fuente: Elaboración Propia

Al analizar el índice de rendición de cuentas, vemos que el cumplimiento de las empresas en esta dimensión arrojó un promedio de 32%, también se observa una 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 es de un 38%, esto debido a que los clubes que muestran menor cumplimiento en esta dimensión tienen un promedio de 0%, esto corresponde a ocho Clubes, es decir el 53% de los clubes no poseen presencia de balance general, estado de cambios patrimonio, situación financiera, flujos de efectivo, notas explicativas (de los estados financieros), memoria anual. Por otra parte, el 47% de los clubes restantes se encuentran sobre el promedio de la dimensión.

Con respecto a la variable con mayor y menor presencia, logramos observar que la variable "**Tamaño del auditor**" donde se evaluó si los auditores externos pertenecían al Big Tour (PwC, E&Y, KPMG y Deloitte) fue la única que no estuvo presente en ninguna organización de fútbol, por otra parte, hubo cinco variables presentes en al menos el 40% de las organizaciones investigadas.

Al analizar compañía y estrategia, podemos ver que esta dimensión cuenta con un promedio de 26%, el segundo más bajo de las cinco dimensiones evaluadas (ver gráfico 1), dato no menor considerando que en esta dimensión se espera encontrar información que debiera por sí sola ser de conocimiento general, hablamos del equipo de gobierno de la institución, de la información sobre asambleas, estatutos administrativos, contratos de concesión, organigrama, etc. Respecto a la desviación estándar podemos observar una gran dispersión de datos, que, además, se refleja en los valores máximos y mínimos que presentan un rango de 82%, esto debido a que sólo dos organizaciones cuentan con el máximo registrado (82%) y seis organizaciones cuentan con 0% en esta dimensión.

Finalmente comentar para esta dimensión, que las variables con mayor y menor presencia la variable "**Posee carta del presidente de la compañía** (como documento independiente de la memoria)" fue la única variable no encontrada en ninguna plataforma web en todos los clubes analizados, mientras que la variable "**Divulga equipo de gobierno de la empresa**" se encontró al menos en nueve plataformas web.

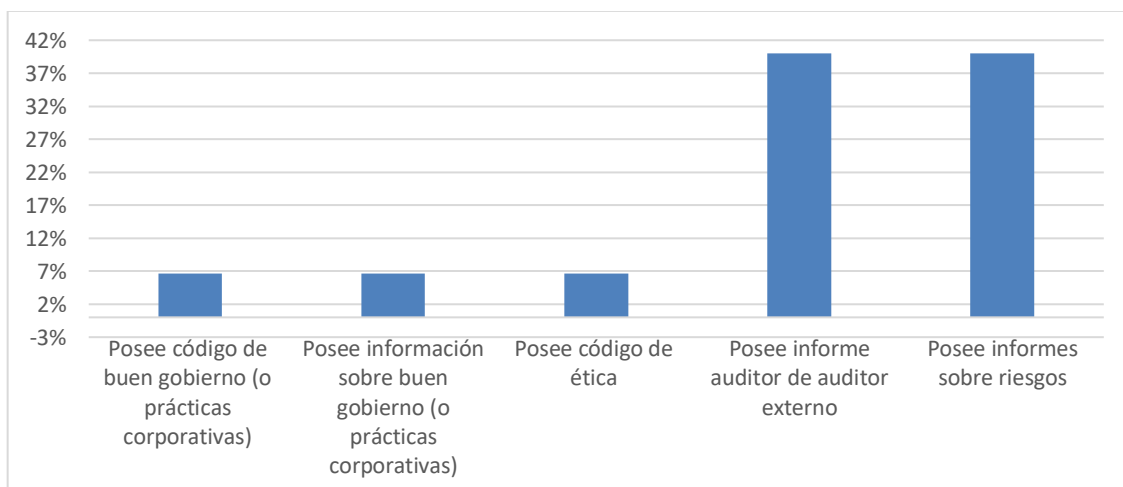
En análisis financiero observamos al igual que en las dimensiones anteriores, un bajo cumplimiento de este índice, con un promedio de 31%, dónde el promedio máximo corresponde a un 83% y el mínimo a un 0% de presencia, recordemos que en dimensión se buscaba encontrar; estados contables, índices financieros, etc. Esta dimensión presenta la dispersión más alta (ver Gráfico 1) esto se debe a que sólo el 27% de las organizaciones deportivas profesionales alcanzaron el promedio máximo de 83%, por lo contrario, el 60% de la muestra promedió un 0%.

En esta dimensión la única variable que no estuvo presente en ninguna web investigada corresponde al ítem "Divulga información on-line de bolsa o precio **de la acción en tiempo real**", si bien estaba la presencia del enlace en dos de las plataformas, al ingresar al enlace éste no estaba actualizado, dirigiéndose a una página de error.

Respecto de transparencia podemos decir que es el promedio más bajo de las dimensiones evaluadas, dato no menor ya que el cumplimiento promedio corresponde a tan sólo el 20%, recordemos que en esta dimensión se evalúa la presencia de buenas prácticas corporativas, como código de buen gobierno, código de ética, informe de auditores, etc. La desviación estándar mayor al promedio obedece a la gran diferencia entre los valores máximos y mínimo donde el 60% de las empresas evaluadas promediaron un 0%, a diferencia del promedio máximo de 100% que sólo fue alcanzado por Cruzados S.A.D.P.

Las variables menos encontradas con menor porcentaje de divulgación fueron **Posee código de buen gobierno (o prácticas corporativas)** y **Posee información sobre buen gobierno (o prácticas corporativas)** con un promedio de apenas un 7%. (ver gráfico 2)

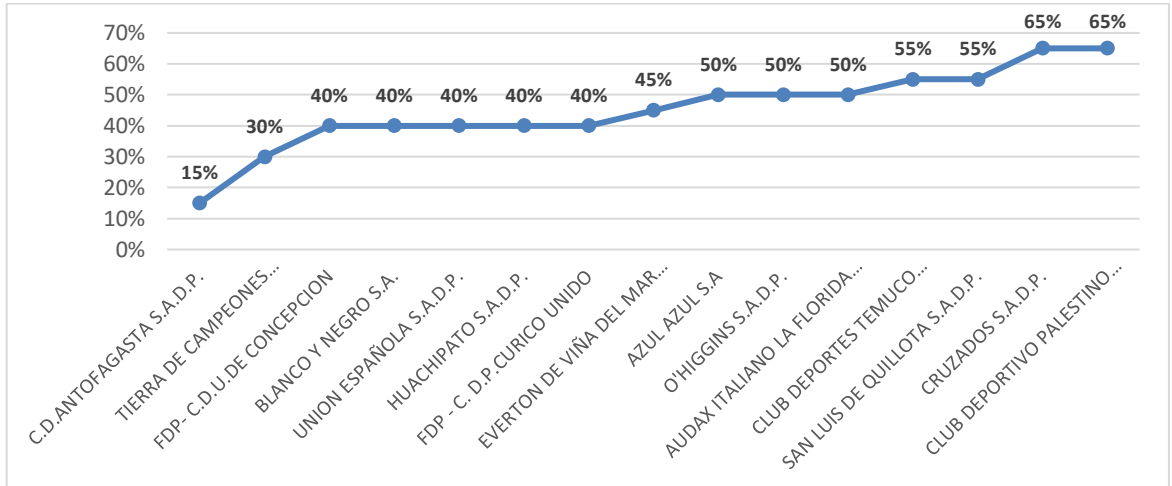
Gráfico 2: Promedio de participación de Variables de la dimensión de Transparencia



Fuente: Elaboración Propia

Finalmente, en la dimensión funcionalidad, evidenciamos que fue la más regular, con la desviación estándar más baja de las cinco dimensiones. Con respecto a los mínimos y máximos, por primera vez nos encontramos con solo un club en el promedio más bajo, que corresponde a Club de Deportes Antofagasta S.A.D.P. con el 15% antes mencionado, en el otro extremo, tenemos a Cruzados S.A.D.P y Club Deportivo Palestino S.A.S.P. con un promedio de 45% cada uno.

Gráfico 3: Índice promedio por club, con respecto a la Funcionalidad de sus páginas web



Fuente: Elaboración Propia

Esta dimensión cuenta 20 variables, de las cuales sólo dos variables no fueron presentadas en ninguna del web de la muestra, estas corresponden a **“Posee buzón de sugerencias”** y **“El sitio web posee información financiera en inglés”**, por otro lado, dos variables se presentaron en los 15 clubes, **“Posee información sobre el campeonato actual (próximo partido, Tabla de posiciones)”** y **“Posee un espacio de novedades o noticias actualizado”**

Análisis estadísticos descriptivos de la investigación

A partir de todas las dimensiones analizadas, construimos un promedio total de las variables evaluadas, como se muestra en la Tabla 4, el promedio de todas las dimensiones investigadas en el total de la muestra corresponde al 31%, donde la desviación estándar mantiene la tendencia evidenciada en la mayoría de las dimensiones y llega a un 28%. Con respecto al máximo y mínimo, cabe señalar que sólo 6 organizaciones deportivas profesionales se encuentran sobre el promedio, por lo que construiremos en base a estas organizaciones un ranking de las que bajo esta investigación serían las entidades que divulgan más información entre sus pares.

Presentamos a continuación un ranking de organizaciones deportivas profesionales con mayor divulgación de acuerdo al índice propuesto:

Tabla 4: Ranking de entidades con mayor grado de divulgación financiera y no financiera.

N°	ENTIDAD	DRC	DCYE	DAF	DT	DF	PROMEDIO
1	CRUZADOS S.A.D.P.	79%	82%	83%	100%	65%	82%
2	CLUB DEPORTIVO PALESTINO SADP	70%	82%	67%	40%	65%	65%
3	AZUL AZUL S.A	93%	73%	67%	40%	50%	64%
4	BLANCO Y NEGRO S.A.	79%	64%	83%	40%	40%	61%
5	AUDAX ITALIANO LA FLORIDA S.A.D.P.	79%	18%	83%	40%	50%	54%
6	O'HIGGINS S.A.D.P.	36%	36%	83%	40%	50%	49%

Donde: DRC: Dimensión Rendición de cuentas, DCYE: Dimensión Compañía y Estrategia, DAF: Dimensión Análisis Financiero, DT: Dimensión Transparencia, DF: Dimensión Funcionalidad.

Con un promedio de edad de 89 años, podemos señalar que es un grupo de clubes con historia, Además de observar que el 86% de este ranking corresponde a Organizaciones Deportivas Profesionales de la Región Metropolitana, el 67% corresponde a S.A.D.P, mientras que el 100% de S.A.A presentes en la muestra total, forman parte de este ranking significando el 33% restante del ranking.

Tabla 5: Características de las 6 Organizaciones Deportivas Profesionales con mayor divulgación financiera

LUGAR	ENTIDAD	ESTRUCTURA ORGÁNICA	EDAD	REGIÓN
1°	CRUZADOS S.A.D.P.	S.A.D.P.	81 AÑOS	METROPOLITANA
2°	CLUB DEPORTIVO PALESTINO SADP	S.A.D.P.	98 AÑOS	METROPOLITANA
3°	AZUL AZUL S.A	S.A.A	91 AÑOS	METROPOLITANA
4°	BLANCO Y NEGRO S.A.	S.A.A	93 AÑOS	METROPOLITANA
5°	AUDAX ITALIANO LA FLORIDA S.A.D.P.	S.A.D.P.	108 AÑOS	METROPOLITANA
6°	O'HIGGINS S.A.D.P.	S.A.D.P.	63 AÑOS	DE RANCAGUA

Fuente: Elaboración Propia

Con relación a las características de este grupo podemos señalar que tiene un promedio de edad de 62 años, 27 años menos que el ranking anterior, además encontramos clubes descentralizados, y en su mayoría (83%) corresponde a S.A.D.P.

Tabla 6: Características de las Organizaciones Deportivas Profesionales con menor índice de Divulgación Financiera

ENTIDAD	ESTRUCTURA ORGÁNICA	EDAD	REGIÓN
Club deportivo universidad de Concepción	F.D.P	24 AÑOS	Biobío
Unión española S.A.D.P.	S.A.D.P.	121 AÑOS	Metropolitana
Huachipato S.A.D.P.	S.A.D.P.	71 AÑOS	Biobío
Tierra de campeones S.A.D.P.	S.A.D.P.	40 AÑOS	Tarapacá
Club de deportes Antofagasta S.A.D.P.	S.A.D.P.	52 AÑOS	Antofagasta

Fuente: Elaboración Propia

3. CONCLUSIONES

Uno de los principales objetivos que pretendía esta investigación era observar a las Organizaciones Deportivas Profesionales y la utilización de internet como plataforma comunicacional, la divulgación en ella de información contable, análisis financieros, información corporativa, estrategias, transparencia y aspectos sobre la funcionalidad que le otorga a las mismas.

Hemos observados que sólo el 33% de las empresas observadas divulgan al menos un 50% o más de las variables consultadas, dónde los índices más bajos correspondieron a la transparencia, compañía y estrategia.

Las empresas en este sector priorizan darle énfasis a la funcionalidad de la página, manteniendo a los hinchas informados sobre el espectáculo y las campañas futbolísticas, lo que se vio reflejado en que las únicas variables presentes en todas las entidades investigadas correspondieran a **otorgar información sobre el campeonato actual** (próximo partido, Tabla de posiciones) y **contar con un espacio de novedades o noticias actualizado**.

Por otro lado en la dimensión *Transparencia (DT)* dónde esperábamos encontrar códigos de buenas prácticas, código de ética, informes de auditores e informes de riesgos, fue la dimensión con menor presencia en todas las organizaciones analizadas y creemos que al igual que en la dimensión *Compañía y Estrategia (DCYE)*, se debe a la cultura dirijencial de los clubes, sumados a la alta competitividad y poca diferenciación.

En términos generales, logramos encontrar un gran déficit en la divulgación financiera en gran parte de las dimensiones que hemos organizado en nuestro estudio, dónde como suele pasar en otros sectores comerciales, la variable tamaño de la empresa también se relaciona, dado 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 CMF (ex - SVS), estos en su mayoría no son publicados en sus páginas web.

En 2018 por primera vez la Asociación Nacional de Fútbol Profesional (ANFP) publicó su Anuario Financiero¹³, donde detalla en muestra en términos totales la evaluación de los ingresos y egresos en este rubro durante los últimos años de sus clubes asociados, además señala que para el periodo 2017, el fútbol profesional chileno logró generar más de \$107.093 millones de pesos, unos USD165 millones.

Esta investigación tiene variadas extensiones, hoy existen 47 Organizaciones Deportivas Profesionales correctamente inscritas en la nueva autoridad reguladora del mercado, sería relevante conocer el comportamiento de los clubes que participan en los torneos inferiores, como Primera división B y Segunda División, con respecto a la entrega de estos informes y además su divulgación por medio de sus plataformas web.

¹³ Anuario Financiero Del Fútbol Chileno, Primera Edición
http://anfphotos.cl/notas/0/0/ANFP_Anuario_F%C3%BAtboI%20Chileno_Final.pdf

4. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Allam, A. y Lymer, A. (2003). Developments in Internet financial reporting: review and analysis across five Developer countries. *Journal International of digital accounting research* 3 (9), 165-199.
- Ashbaugh, H., Johnstone, K. y Wartfield T. (1999). Corporate reporting on the Internet. *Accounting horizons* 13 (3), 241-257.
- Bonsón, E. y Escobar, T. (2004). La difusión voluntaria de información financiera en Internet. Un análisis comparativo entre Estados Unidos, Europa del Este y La Unión Europea. *Revista de financiación y contabilidad*, XXXIII(123), 1063-1101.
- Caba y Castillo. (2003). La Divulgación Digital de la Información Financiera. Caso de las Compañías Colombianas Cotizadas en la bolsa.
- Caba, C. y Castillo, C. (2002). Las empresas cotizantes en el mercado de capitales mexicano ante los nuevos instrumentos de comunicación de la información financiera. *Hitos de ciencias económico administrativas*(22), 103-112.
- Cárcava y García. (2003).
- Collier. (2008).
- Deller, d., Stubenrath, M., Weber, C. y Wolfgang, J. (1999). A survey on the use of the Internet for investor relations in the USA, The UK and Germany. *the European Accounting review*, 351-364.
- Drebency, R. y Rahman, A. (1999). *The Determinants of the Internet as a Voluntary disclosure medium*.
- Friedman. (1962).
- Gandía y Pérez. (2005). *e-Gobierno Corporativo y transparencia en las sociedades cotizadas españolas*.
- Gandía, J. (2001). *La divulgación de información en la era digital*. AECA.
- Gowthorpe, C. (2004). Asymmetric Dialogue? Corporate financial reporting via the internet. *Corporate Communications an international journal* 9 (84), 283-293.
- Hugo Moraga y Fernando Morales. (2009). ANALISIS DE CONTENIDO SOBRE LA DIVULGACION DE INFORMACION REFERENTE A LA SUSTENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS. *CONTABILIDAD, AUDITORIA E IFRS*, 75-86.
- IASC. (1999). Discussion paper. *Business reporting on the internet*, 103.

- Jara y Carrasco. (2015). Información Financiera en la Industria del Fútbol Chileno: ¿Oportuna, Comparable, Confiable y Transparente? *Contabilidad y Sistemas*.
- Lymer, A., Debreceny, R., GRay, G. L., & Rahman, A. (Londres). Bussiness reporting on the internet. *Londrés: International Accounting Standards Comittee*, 113.
- Malgioglio. (2013).
- Mendes da Silva, W. y De Lira Alves. (2004). The voluntary disclosure of financial information on the internet and the firm value effect in companies across Latin America. *13th International symposium on ethics, business and society*.
- Morales y Jarne. (2009). e-GOBIERNO CORPORATIVO: EVIDENCIA EN CHILE SOBRE LAQ DIVULGACION DE INFORMACION EN INTERNET.
- Morales, Gonzalez y Vega. (s.f.). *TRANSPARENCIA INFORMATIVA: OPCIONES PARA LAS ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO*. CONCEPCION.
- OCDE. (2004a). *principles of corporate governance*.
- Spaul, B. (1997). *Corporate dialogue in the digital age*. London: Institute of Chartered: ICAEW.
- Yeni Gonzalez, D. V. (s.f.). Transparencia Informativa: Opcoines para las Organizaciones sin Fines de lucro. *Contabilidad, Auditoria*.

5. ANEXOS**5.1. Anexo 1**

	Club De Fútbol	Razón Social Concesionaria	Estructura Jurídica	Edad	Región
1	Universidad Católica	CRUZADOS S.A.D.P.	S.A.D.P.	81 Años	Metropolitana
2	Universidad de Concepción	FDP- CLUB DEPORTIVO UNIVERSIDAD DE CONCEPCION	F.D.P	24 Años	Biobío
3	Universidad de Chile	AZUL AZUL S.A	S.A.A	91 Años	Metropolitana
4	Antofagasta	CLUB DE DEPORTES ANTOFAGASTA S.A.D.P.	S.A.D.P.	52 Años	Antofagasta
5	Colo-Colo	BLANCO Y NEGRO S.A.	S.A.A	93 Años	Metropolitana
7	Unión Española	UNION ESPAÑOLA S.A.D.P.	S.A.D.P.	121 Años	Metropolitana
8	O'higgins	O'HIGGINS S.A.D.P.	S.A.D.P.	63 Años	De rancagua
9	Huachipato	HUACHIPATO S.A.D.P.	S.A.D.P.	71 Años	Biobío
10	Audax Italiano	AUDAX ITALIANO LA FLORIDA S.A.D.P.	S.A.D.P.	108 años	Metropolitana
11	Curicó Unido	FDP - CORPORACION DEPORTIVA PROVINCIAL CURICO UNIDO	F.D.P	45 Años	Maule
12	Evertón de Viña del Mar	EVERTON DE VIÑA DEL MAR S.A.D.P.	S.A.D.P.	89 AÑOS	Valparaíso
13	Deportes Iquique	TIERRA DE CAMPEONES S.A.D.P.	S.A.D.P.	40 AÑOS	Tarapacá
14	Palestino	CLUB DEPORTIVO PALESTINO SADP	S.A.D.P.	98 años	Metropolitana
15	Deportes Temuco	CLUB DEPORTES TEMUCO S.A.D.P.	S.A.D.P.	102 AÑOS	Araucanía
16	San Luis de Quillota	SAN LUIS DE QUILLOTA S.A.D.P.	S.A.D.P.	99 años	Valparaíso

5.2. Anexo 2

INFORMACIÓN REQUERIDA, para fines de orden, este numeral se ha estructurado de la siguiente forma:

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:

- 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.
- 3.6. **fesional correspondiente.**