

Artículo

EVOLUCIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE INFORMACIÓN CORPORATIVA EN PÁGINAS WEB DE COMPAÑÍAS COTIZADAS LATINOAMERICANAS

José Jarne Jarne ¹, Fernando Morales Parada ²

¹ Doctor en Contabilidad y Finanzas, Docente e investigador, Universidad de Zaragoza, Departamento de Contabilidad y Finanzas, España. Correo: jjjarne@unizar.es

² Doctor en Contabilidad y Finanzas, Académico, Universidad del Bío-Bío, Departamento de Administración y Auditoría, Chile. Correo: fmorales@ubiobio.cl

Resumen: La transparencia corporativa es de mucha relevancia en un contexto de negocios multinacionales y ha sufrido cambios a lo largo del tiempo. En este sentido, las prácticas de revelación que realicen las empresas son relevantes, en su forma y fondo, especialmente en mercados donde la regulación es diversa y la práctica de divulgación voluntaria sigue siendo amplia. Este trabajo tiene por objetivo evaluar la comunicación corporativa realizada en sitios web de 106 empresas latinas en dos momentos a lo largo del tiempo (2008 y 2018) y pone de manifiesto la relevancia del uso de la web como mecanismo de transparencia corporativa en compañías cotizadas de Argentina, Brasil, Chile y México. Existen diferencias significativas en los resultados de la muestra, observamos un gran desarrollo del asunto en Brasil e importantes avances en las divulgaciones no financieras. Entre las conclusiones se abre el debate del contenido a revelar y la necesidad de avanzar hacia regulaciones que mejoren los contenidos mínimos a divulgar en web corporativas, especialmente considerando la región y no países de forma aislada.

Palabras claves: Divulgaciones; Internet; Latinoamérica; Transparencia; Web

Abstract: Corporate transparency issues are highly relevant in a multinational business context and have undergone changes over time. In this sense, corporate disclosure practices are relevant, in form and substance, in markets where regulation is diverse, and the practice of voluntary disclosure is widespread. This paper reviews corporate communication on the websites of 106 Latin American companies at two points in time (2008 and 2018) and highlights the relevance of the use of the web as a corporate transparency mechanism in listed companies in Argentina, Brazil, Chile, and Mexico. There are significant differences in the sample in the disclosure evaluated over time, improvements in non-financial disclosures, and the functionality of the websites. Among the conclusions is the debate on the content to be disclosed and the need to move towards regulations that improve the minimum content to be disclosed on corporate websites.

Keywords: Disclosure; Internet; Latinoamerican; Transparency; Web

Citación: Evolución de la comunicación de información corporativa en páginas web de compañías cotizadas latinoamericanas. *Revista de Investigación Aplicada en Ciencias empresariales*, 2023, *Volumen 12, Issue 1*. <https://doi.org/10.22370/riace.2023.12.1.4039>

Recibido: 26 de octubre de 2023

Aceptado: 10 de noviembre de 2023

Publicado: 28 de noviembre de 2023

Copyright: © 2023 by the author. Presentado a Revista de Investigación Aplicada en Ciencias empresariales para publicación de acceso abierto bajo los términos y condiciones de Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

1. Introducción

El auge de las tecnologías de información y comunicación y uso del internet, han permitido conectar de manera global los mercados financieros, brindando una serie de beneficios para los inversionistas, como: reducir costos transaccionales y acceder con mayor facilidad a la información de los diferentes mercados. En la actualidad los inversionistas tienen acceso a los distintos mercados bursátiles presentes en el mundo, pero no basta con eso, pues las partes interesadas no solo demandan una mayor cantidad de información, sino una caracterización completa, de calidad, fiable y disponibilidad en el menor tiempo

posible, para facilitar el proceso de toma de decisiones globales. En este sentido se han desarrollado importantes documentos afines a la comunicación corporativa a través de los sitios webs (International Accounting Standard Committee, 1999; Financial Accounting Standard Board, 2000; Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, 2002; International Organization of Securities Commissions, 2002) los cuales han abierto paso a la discusión y observación del contenido que revelan las empresas. Estos trabajos, junto a la experiencia empresarial y la literatura que aborda esta línea de investigación, denotan una amplitud de prácticas empresariales entorno al reporte en web, en cantidad y diversidad de informaciones financieras y no financieras en diferentes mercados.

Desde la década del 2010, han destacado importantes proyectos que han impactado en la información y gestión corporativa de las empresas, junto con otros fenómenos que han modificado la forma de entender los mercados, a modo de ejemplo, se destaca la convergencia hacia las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) en Sudamérica. Así lo plantean Sever y Dumančić (Sever et al., 2022) quienes señalan que la mayoría de los países en el mundo han decidido adoptar las NIIF, debido a que las grandes empresas operan internacionalmente, por ende, se logra una estandarización en la presentación de la información financiera. También ha sido una década marcada por avances en materias de gobierno corporativo siguiendo las recomendaciones para Latinoamérica de la (Organization for Economic Co-Operation and Development, 2004), que ha actualizado su mirada sobre el tema e integrado con el grave problema de la corrupción presente los en países latinos (Organization for Economic Co-Operation and Development, 2016) y con razón, ya que ha sido una década de visibilización a partir de diferentes eventos de corrupción público-privado con grandes corporaciones. Además la revolución digital con las tecnologías de información y co-municación han generado un nuevo entorno de negocios, denominado entorno digital, que está cambiando la forma de enfocar y desarrollar los mismos, e incluso se está convirtiendo en el principal motor de diferenciación y transformación de las empresas (Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España, 2019) y que a partir del comportamiento dinámico de los sitios web corporativos y la alta frecuencia de cambios en la información revelada, resulta fundamental la actividad de monitoreo continuo a los sitios web para determinar la periodicidad con la que las empresas divulgan sus informes y el alcance de estos (Lodhia et al., 2004). Es esta naturaleza dinámica que permite entregar la información de manera oportuna a través de la web e incrementa la posibilidad de suministrar una mayor cantidad de información no financiera (Ashbaugh et al., 1999).

2. Marco Referencial

La idea de proveer mayores volúmenes de información financiera y no financiera, potenciar la interactividad entre empresa y grupos de interés e incrementar la amplitud en los periodos reportados va en la línea de las expectativas sobre una transparencia informativa digital y también con lo expuesto por Salido-Hernández, Santos-Jaén y Gracia-Ortiz (Salido-Hernández et al., 2018), quienes mencionan que en la actualidad el concepto de empresa hace referencia a un organismo más abierto y transparente. Existe la necesidad de incluir en el sistema informativo empresarial mayor cantidad de información, más cualitativa y orientada al futuro, con mejor interactividad y que amplíe la periodicidad de la divulgación, más cercana al concepto de información continua (García-Borbilla y López-García, 2009) en un contexto donde la utilidad de la información contable en la toma de decisiones económicas es reduccionista en vista de otros usos y potencialidades (Archel Domench, 2007). En línea con lo anterior Rivera, Zorio y García (Rivera-Arrubla et al., 2016) afirman que la globalización, las diversas crisis económicas y actos de corrupción han complejizado el mundo de los negocios, provocando un cuestionamiento hacia la divulgación de información netamente financiera. De ahí que la discusión sobre los medios para comunicar informaciones financieras y no financieras se ha extendido en los últimos años, con pronunciamientos sobre los contenidos, relevancia y fiabilidad (FRC, 2019; International Financial Reporting Standard Foundation, 2019; International Organization of Securities

Commissions, 2014) y recientemente el ISSB (International Sustainability Standards Board, 2021) acerca de criterios sostenibles. Así, AECA (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, 2008) afirmaba que la globalización ha incrementado las condiciones de la competencia y modificado sus formas, en gran medida por el impacto del desarrollo tecnológico y sobre todo de las TICs, que han provocado la llamada sociedad en red, muy en la línea con la OCDE (Organization for Economic Co-Operation and Development, 2015; Organization for Economic Co-Operation and Development, 2016) que aborda y promueve el amplio concepto de la transparencia informativa en contexto de buenas prácticas de gobernanza corporativa.

Desde una mirada teórica, la teoría de los grupos de interés de Freeman (Freeman, 1983) tiene mucho sentido en las prácticas de divulgación en web a la diversidad de interesados en las compañías, por “quienes pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa” (Freeman, 2010). También Jensen y Meckling (Jensen y Meckling, 1976) con su teoría de la agencia, destacaban el problema de que los propietarios de la empresa poseen menos del cien por cien de esta generando una relación asimétrica y de intereses diferentes entre agente-propietario y agente-gestor, más aún cuando se trata de inversionistas minoritarios que se diseminan por el país y alrededor del mundo. Bajo esta condición, Internet se vuelve un medio de comunicación y control relevante. Greering, Bollen y Hassink (Geerings et al., 2003), agregan que “la globalización de los mercados de capitales obligará a las empresas a competir por capital a mayor escala”. La teoría institucional igualmente es relevante pensarla desde las prácticas de reporte en web, debido a la integración de los pilares regulatorios, normativos y cultural-cognitivo que mueven a las empresas a un comportamiento específico (véase a Briano Turrent, 2014; Scott, 2008).

Es reconocido en el mundo empresarial y los mercados que las exigencias del entorno hacia adopción de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) busca generar valor hacia los grupos de interés como parte de la estrategia de negocios (Canyelles, 2011). A partir de la adopción de prácticas de RSE, la transparencia empresarial cumple un rol fundamental, ya que es la manera existente para la rendición de cuentas de la gestión (González et al., 2020) y permite disminuir las asimetrías de información existentes (Odriozola y Baraibar-Diez, 2017) y gestionar las necesidades del entorno. Esto sin perjuicio que aún está en discusión la información no muestra siempre una relación entre el desempeño y el compromiso con los grupos de interés y con los supuestos de desarrollo sostenible, sino un interés de legitimidad del desempeño sostenible (Hernández-Pajares, 2018).

La transparencia de aspectos financieros y no financieros ha crecido de manera sostenida en el tiempo (Cortesi y Vena, 2019), sin embargo, el creciente auge del reporte sostenible e integrado, y en general las divulgaciones no financieras, deben ir acompañado de procesos de aseguramiento de la fiabilidad en la medida que aún no es un reporte obligado-regulado en todos los mercados de países latinos.

Este estudio va en la línea de la transparencia informativa y tiene por objetivo comprender el grado de evolución del reporte corporativo divulgado a través de los sitios web corporativos de compañías cotizadas latinas, con una base empírica y una métrica propuesta se ha obtenido a partir de un índice que se construyó basado en una serie de variables observadas directamente de los sitios web de una muestra de empresas latinas, siguiendo estándares de reporting. Los resultados dan cuenta de un importante crecimiento en la divulgación, especialmente en materias no financieras.

3. Revisión de Literatura

Olea (Olea, 2005) sobre una muestra de empresas del Financial Times, observó en dos momentos del tiempo la existencia de amplias diferencias entre los períodos de estudio respecto a la mayor parte de las variables o atributos analizados. La mayoría de las compañías analizadas incluyen durante el año 2003 mayor cantidad de información y de mayor calidad que en 2001 en sus sitios web. También Rodrigues y Menezes (Rodrigues y Menezes, 2003) para el periodo 2000-2001 a partir de una muestra de empresas portuguesas confirman que la cantidad de información disponible en web estaba creciendo.

En el trabajo de Barac (Barac, 2004), la comparación del uso de los sitios web corporativos de empresas sudafricanas se realiza en los periodos 2002-2003, observando los autores un leve crecimiento en la disponibilidad de sitios web de parte de las compañías y un nivel estable de suministro del reporte anual, sin cambio entre ambos años. No obstante, se destaca un notable incremento en lo que se refiere a la disponibilidad del informe del auditor en los sitios web, reportes de gobiernos corporativos e información social y medioambiental. Desde Europa del Este, en una muestra de compañías croatas, analizadas entre los años 2005-2007 queda demostrado que el nivel de divulgación voluntaria en Internet aumentó ligeramente (Pervan, 2009). En García y López (García-Borbilla y López-García, 2009) el análisis de contenido en web para 35 compañías españolas se realiza sobre la información para los años 2000-2001-2003-2007 observan un incremento por parte de las empresas en cuanto a la información divulgada, observando que existen mayores aumentos en lo que respecta a la cantidad de información obligatoria y en aquella donde la normativa empieza a tomar efecto. Respecto de la información no financiera, los autores observaron un pequeño avance con altibajos. Mientras que en el estudio de Bozcuk (Bozcuk, 2012), la comparabilidad la realizan citando a otros autores y afirma que el porcentaje de empresas cotizadas turcas que divulgan información financiera sobre sus sitios web corporativos aumentó del 38 % el año 2002 a un 95 % en el año 2010. Por su parte en Ojah y Mokoaleli-Mokoteli (Ojah y Mokoaleli-Mokoteli, 2012), en su estudio que contempla un extenso periodo desde los años 1990 a 2008, demostraron que con los años hubo un creciente interés por mejorar respecto a los contenidos divulgados en países emergentes y en países desarrollados. También se destaca el trabajo realizado por Ahmed, Tahat, Burton y Dunne (Ahmed et al., 2015) sobre empresas cotizadas del mercado continuo egipcio para los periodos 2010-2013 y observaron que los índices se mantuvieron estables y al alza levemente.

En el contexto latinoamericano, sólo se encontraron dos trabajos de carácter evolutivo en Garay, González, Guzmán y Trujillo (Garay et al., 2013) en una muestra de 473 empresas de 6 países en 3 momentos (2006-2008-2010). Por otro lado, en Villa-Barrientos, Escrobar-Cruz y Correa-Mejía (Villa Barrientos et al., 2020) que analizó la evolución en la revelación a lo no financiera de 19 empresas más representativas en capitalización del Índice Bursátil COLCAP de Colombia entre el 2008 y 2013, lo cual va de la mano con la mayor exigencia por parte de los grupos de interés por información de carácter no financiero.

Los trabajos evolutivos no son especialmente abundantes en la literatura, menos aún en contextos latinos, existiendo una preferencia por trabajos sobre empresas en mercados de países desarrollados principalmente y en los últimos años algunos países emergentes.

4. Metodología

Se han utilizado criterios de selección de países de acuerdo con su posición económica e importancia en el contexto latino y de representatividad de empresas entre aquellas que tuvieran el mayor número de firmas cotizadas en la bolsa de Nueva York. De esta forma, consultamos NYSE y analizamos la participación de los países latinos sobre el número total de empresas allí cotizadas, llegando a concluir que Argentina, Brasil, Chile y México son más representativos. Se decide trabajar con empresas cotizadas del top-índice de cada país, a partir de un criterio de selectividad y relevancia. En la Tabla I presentamos el resumen de las empresas seleccionadas.

Cuadro 1. Muestra de empresas para estudios empíricos

País	Argentina MERVAL 20	Brasil BOVESPA 50	Chile IPSA 40	México IPC 25	TOTAL
N° de empresas muestra	19	35	33	19	106
% seleccionados sobre empresas	95,00 %	70,00 %	82,50 %	76,00 %	78,50 %
% seleccionados sobre la muestra	17,90 %	33,00 %	31,10 %	17,90 %	11,84 %

% seleccionados sobre la muestra Nota. La columna de N° de empresas de la muestra, corresponde a las empresas del top-índice, menos las empresas de los sectores: Banca y Seguros.

Fuente: Elaboración propia.

Las 106 empresas representan el 78,5 % de las 135 compañías cotizadas consideradas en los top índices de estas bolsas de valores, de las cuales no fueron consideradas en la muestra para estudios empíricos 29 empresas (21,5 %) del sector financiero y seguros, las que por sus regulaciones y prácticas particulares de este sector lo hacen poco comparables a las demás, lo que puede provocar una distorsión en los análisis al momento de cuantificar la información revelada a través de sus sitios webs (Boubaker et al., 2011; Sandhu y Singh, 2019; Gandía y Pérez, 2003). En contextos latinos, igual hay autores que optaron por excluir este sector (Mendes-da-Silva y Magalhães Filho, 2005 y Pelayo et al., 2013).

El estudio se ha realizado sobre la misma muestra de empresas en dos momentos del tiempo (2008 y 2018). Para asegurar una fiabilidad en la recolección de datos¹, se utilizó el mismo instrumento de investigación en ambos años.

En total se trabajó con 71 variables dependientes de información que han sido recogidas mediante el instrumento de investigación (lista de chequeo) observado en la web será recogido de forma dicotómica, asignando el valor de 1 cuando revela y 0 cuando no revela (Cooke, 1989). Estas variables fueron organizadas en dimensiones por atender aspectos comunes entre sí, siguiendo los estándares en la materia y la literatura consultada. Las dimensiones, rendición de cuentas (con claro énfasis en lo contable), compañía y estrategia (referido a los aspectos de la compañía y la gobernanza), análisis financiero (considerando aspectos que facilitan la comprensión de la posición financiera y de riesgos), transparencia (otros reportes e informaciones no contenidas en las demás, reconocidos como no-financieros habitualmente) y funcionalidad (relativos a la facilidad de uso de los sitios web).

La construcción del índice (IDI-T o IDITOTAL) que mide del tipo y nivel de divulgación en las empresas a partir de la construcción de un índice lineal no ponderado, aunque utilizar uno del tipo ponderado daría resultados estadísticamente similares en términos de validez (Robbins y Austin, 1986; Chow y Wong-Boren, 1987). Esta metodología permite obtener índices parciales, que a través de la agregación de estos dará como resultado el índice total (IDITOTAL). La representación matemática es:

¹ La recolección de datos se efectuó de forma directa en cada web según la URL que habitualmente se presenta en los sitios de las respectivas bolsas o reguladores del mercado de valores; En Argentina www.cvm.gov.ar, en Brasil www.cvm.gov.br, en Chile www.cmfchile.cl (Ex Superintendencia de Valores y Seguros, cambió desde Enero de 2018) y en México www.cnbv.gob.mx

$$\begin{aligned}
 IDI_{RC} &= \frac{\sum_{i=1}^n RC_i}{32} \times 100 & IDI_{TRAN} &= \frac{\sum_{i=1}^n TRAN_i}{12} \times 100 \\
 IDI_{CE} &= \frac{\sum_{i=1}^n CE_i}{9} \times 100 & IDI_{FUNC} &= \frac{\sum_{i=1}^n FUNC_i}{12} \times 100 \\
 IDI_{AF} &= \frac{\sum_{i=1}^n AF_i}{7} \times 100
 \end{aligned}$$

A partir de los índices parciales, se elaborará el índice total. La representación matemática del índice total (IDITOTAL o IDI-T) se expresa de la siguiente forma:

$$IDI - TOTAL_i = \frac{IDIRC_i + IDICE_i + IDIAF_i + IDITRAN_i + IDIFUNC_i}{5}$$

Se realiza un análisis exploratorio, apoyado en estadística descriptiva con tablas de frecuencia, porcentajes y gráficos de cajas y bigotes y radial. Se realizan además test no paramétricos a partir de la prueba de Wilcoxon para evaluar la existencia o no de diferencias significativa en los datos a partir de muestras relacionadas.

5. Análisis de Resultados

Todos los índices mejoran y obviamente el IDI-T recoge ese mejoramiento promedio con un 25 % de incremento. Este último se ve mayormente influenciado por el importante aumento en la divulgación de aquellos aspectos relacionados con transparencia. De esta forma en la Tabla II, se presentan los resultados de manera comparativa:

Cuadro 2. Comparaciones índices años 2008 – 2018 para toda la muestra

Índice	2018	2008	Variación 2018 - 2008	Variación %
IDI Total	63,99	51,03	12,96	25 %
ID _{IRC}	55,27	42,46	12,81	30 %
ID _{CE}	69,81	57,34	12,47	22 %
ID _{AF}	60,11	51,89	8,22	16 %
ID _{TRAN}	64,62	43,87	20,75	47 %
ID _{FUNC}	70,13	59,59	10,53	18 %

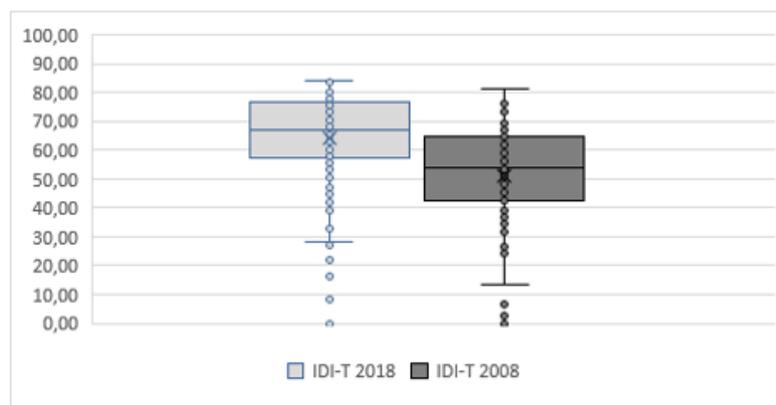
Fuente: Elaboración propia.

Todas las dimensiones aumentaron el promedio del índice de medición, donde la rendición de cuentas aumentó un 30 %, compañía y estrategia un 22 %, análisis financiero un 16 %, transparencia un 47 % y funcionalidad un 18 %. El mejoramiento de todos los índices contemplados en la medición realizada es un buen resultado considerando que ésta se efectuó con 10 años de diferencia, tiempo considerable para que las empresas arrojaran mejores resultados en sus prácticas de revelación a través de sus sitios webs. Como se puede apreciar en el gráfico de caja y bigotes siguiente, el 2018 la caja y bigotes son más pequeños que los de 2008, lo cual implica menos dispersión, es decir, más homogeneidad de la información. No sólo el nivel de información ha mejorado, sino que además lo ha hecho al nivel del conjunto de empresas latinoamericanas. Sin embargo, en la parte superior el bigote que sobrepasa la caja, se observa un aumento muy leve el 2018, lo que da cuenta que las empresas que mejor divulgación poseían el 2008, siguen manteniendo ese nivel en la nueva medición, y el progreso en la revelación se explica por un mejoramiento en la parte media y baja de las empresas. Véase Figura I.

La dimensión **rendición de cuentas** tuvo un incremento importante de 12,81 puntos porcentuales equivalente a un crecimiento de un 30 % promedio en el nivel de divulgación de las variables analizadas. La divulgación de estados contables no es el elemento que empujó el alza, pero si existen cambios en la norma bajo la cual se reporta, ya que el 2008 el 88 % de las empresas aun reportaban bajo norma local, mientras que el 2018 un 92 % de las revelaciones contables fueron bajo NIIF, dando cuenta del exitoso proceso de convergencia.

Llama la atención el aumento en la divulgación de estados contables bajo US-GAAP, que pasaron de 22 empresas latinas que lo realizaban a 35 compañías. Asimismo, la mejoría en esta dimensión está explicada por un aumento de la divulgación histórica².

Figura 1. Cajas y bigotes del IDITOTAL comparados 2008 y 2018



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la dimensión **compañía y estrategia**, mejoró su índice en 12,47 puntos porcentuales lo que representa un incremento equivalente a un 22 %, y las variables que explican el alza se concentran en mejorar la divulgación de buenas prácticas de gobierno corporativo, como por ejemplo el hecho de haber aumentado la revelación de la carta del presidente de la compañía, del organigrama y equipo de gobierno corporativo (gestión o alta dirección), como también la información acerca de las juntas directivas principalmente. El incremento del índice lo explican principalmente por la mayor divulgación de la carta del presidente de la compañía (85 % de aumento), seguido por más número de empresas que revelan el organigrama de la compañía (77 %) y por último una mayor divulgación de información relacionada con la asamblea o juntas de accionistas (61 %).

La dimensión con menor alza fue **análisis financiero** con un incremento del 16 %, lo que se refleja en un aumento del índice en 8,22 puntos porcentuales. Aquí la variación positiva en la divulgación de ratios o razones financieras, disponer links con reguladores o bolsa de valores y un aumento en información sobre ranking, premios y clasificadoras de riesgos explican el discreto mejoramiento del índice. Esta dimensión arrojó un alza mayoritariamente en las variables evaluadas, sin embargo, hubo aspectos en los cuales se evidencia una disminución, como la menor cantidad de empresas divulgando tablas resúmenes de sus estados contables correspondientes a ejercicios anteriores (10 % de disminución) y sobre el impacto de la adopción de las NIIF (50 %), lo que en todo caso se compensa con la disponibilidad histórica de los estados contables.

La dimensión que arrojó el mejor resultado entre las comparaciones del 2008 y 2018 fue **transparencia**. El promedio del índice creció en un 47 % y pasó de ser el penúltimo índice el 2008 al tercer mejor índice el 2018. Aunque mayoritariamente las variables se comportaron de forma alcista, igual hubo algunos disminuciones, entre ellas se pueden encontrar bajas en la información revelada sobre capital intelectual (87 % de disminución) y sobre costes (76 %) que, no siendo tantas las empresas que disponían de esta información para el 2008, tuvo importantes caídas, lo que podría estar asociado a una mayor protección

² Cabe mencionar que al visitar los sitios y revisar la dimensión rendición de cuentas, se observa la aparición de los "Reportes Integrados" (IR por su sigla en inglés) los cuales no fueron contemplados en las variables de estudio establecidas previamente, estos se presentan de acuerdo con International Integrated Reporting Council (IIRC por su sigla en inglés). Este incremento observado en las empresas latinas viene a respaldar la idea planteada por BID (Benavides Legarda, 2012) acerca de que las nuevas demandas de información abren campo a la introducción de novedosos conceptos y metodologías internacionales y va en la línea de lo confirmado por Navarrete, Gallizo y Guzmán (Navarrete-Oyarce et al., 2022).

de la información que podría ser estratégica o bien que esté siendo contenida por otros reportes, como el integrado que abarca mayor espectro informativo.

En definitiva, se ha observado un crecimiento transversal en las materias evaluadas, que van desde los 16 a los 47 puntos porcentuales, lo que representa un crecimiento importante en una década. El promedio es equivalente a un 25 % de incremento a nivel total y, por lo tanto, al ser las mismas empresas evaluadas en 2008 y diez años más tarde, y con la misma metodología, se obtuvo evidencia objetiva de las mejoras en la cantidad y calidad de la información suministrada en las webs por parte de las compañías latinoamericanas

A modo de resumen, el incremento en las divulgaciones de informaciones corporativas para los años 2008 y 2018 observada individualmente por país y para toda la muestra sin duda resultó favorable a nivel total y por dimensiones, ya que mayoritariamente en casi todos los índices aumentaron su promedio, salvo excepciones. En la Tabla III siguiente se pueden observar de forma comparada los índices por país:

Cuadro 3. Promedios de índices comparados y país 2018 - 2008

Año y país	N	IDI _{TOTAL}	IDI _{RC}	IDI _{CE}	IDI _{AF}	IDI _{TRAN}	IDI _{FUNC}	
2018	Argentina	19	44,5	40,7	36,8	34,6	46,5	64,0
	Brasil	35	77,1	64,6	86,3	75,9	75,5	83,3
	Chile	33	63,8	57,3	79,1	56,7	64,9	61,1
	México	16	59,5	49,3	56,1	62,4	62,3	67,5
2008	Argentina	19	39,0	33,9	41,5	34,6	35,5	49,6
	Brasil	35	58,9	40,8	70,5	55,5	63,8	64,3
	Chile	33	48,8	45,1	51,9	59,3	26,5	61,4
	México	16	52,2	49,4	58,5	49,6	45,6	57,9

Fuente: Elaboración propia

Al revisar los índices totales comparativos, se observa claramente el orden de los países de acuerdo con sus niveles de divulgación según IDI-T. Brasil es el país con mejor divulgación en ambos años. Por el contrario, Argentina demuestra tener los menores resultados en n ambos periodos evaluados. Donde si observan cambios es en México y Chile, ya que el índice total del promedio de las empresas mexicanas permitía clasificar a este país como el segundo mejor IDI-T el 2008, y pasó a ser el tercer país superado por Chile el 2018. Este último claramente mejoró su nivel divulgación promedio en los diez años, logrando superar a las empresas mexicanas y posicionarse como el segundo mejor país después de Brasil. Mayoritariamente hubo aumentos en todas las dimensiones en los diferentes países, salvo excepciones donde se obtienen disminuciones en determinados índices, como Argentina y México en compañía y estrategia, en México en rendición de cuentas y en Chile en las dimensiones análisis financiero y funcionalidad, aunque muy levemente. Estas cifras decrecientes resultan un poco sorprendentes, ya que se esta hablando de compañías cotizadas, todas en épocas de gobernanza corporativa, con un impulso hacia la transparencia informativa y en contextos de desarrollo digital a nivel mundial.

Estas caídas en la medición no son tan importantes como para pensar en un deterioro de la divulgación en la región latina como un todo o al menos en la muestra de estos cuatros países, ni afecta a la medición a nivel total. No obstante, lo que se hubiese esperado era obtener resultados que reportaran un mejoramiento completo de los índices, considerando que el análisis se realizó con 10 años de diferencia, lo que es un tiempo considerable, para que se evidencie una mejora en este y muchos otros ámbitos empresariales.

6. Diferencias en la divulgación comparada en los años 2008 y 2018

Con objeto de saber, no sólo si ha habido cambios significativos a lo largo de estos años, aplicamos la prueba de Wilcoxon para la información revelada en 2008 versus 2018. El test indica el número de casos con rango negativos, es decir, en los que ha disminuido y con rango positivo, en los que el volumen de información que ha aumentado. La hipótesis nula que se planteó para cada uno de los índices es:

H0: No existen diferencias significativas en el nivel de información recogido en el índice IDIi entre los años 2008 y 2018.

El test se basa en los rangos promedios de la muestra y arroja los datos del p-valor por índice y el número de empresas con rangos positivos (aumentos) y negativos (disminuciones) presentados en la Tabla IV.

Cuadro 4. Prueba de Wilcoxon a partir de los índices 2008-2018 para toda la muestra

Estadístico	IDITOTAL	IDIRC	IDICE	IDIAF	IDITRAN	IDIFUNC
Z	-7,210	-6,230	-4,203	-2,602	-6,210	-4,432
Sig. asintót. (bilateral)	0,000***	0,000***	0,000***	0,009***	0,000***	0,000***
Rangos negativos	10a	17a	22a	30a	18a	20a
Rangos positivos	96b	89b	64b	60b	76b	65b

*** al 1 % de significatividad. ** al 5 % de significatividad. * al 10 % de significatividad

^a $IDI_{2008} > IDI_{2018}$, ^b $IDI_{2008} < IDI_{2018}$

Los resultados obtenidos tanto para el índice total como para cada uno de los índices asociados con las dimensiones evidencian la existencia de diferencias estadísticamente significativas en la información divulgada en web en los años 2008 y 2018, al rechazarse la hipótesis nula en todos los casos. Esto va en la línea con los análisis descriptivos realizados. Todas estas empresas migraron de sus diferentes normas según el regulador local a las NIIF, provocando no sólo un cambio en los criterios valorativos, sino también en las políticas de divulgación de información. Asimismo, se observa un aumento en la disposición de información histórica en la web. En el índice de compañía y estrategia el incremento importante es la mayor disponibilidad de la carta del presidente de la compañía. Por su parte en análisis financiero presentó 3 variables con menor divulgación, no fue suficiente para afectar el promedio de este índice, que a pesar de haber sido el que registró menor incremento en las mediciones comparativas, igual esos 8,22 puntos (16 % de aumento) fueron significativos y se explican principalmente por la mayor disponibilidad de ratios o indicadores financieros en los sitios web de las empresas latinas. Transparencia tiene un impacto importante sobre el resultado total, ya que experimentó un incremento de 47 % en la divulgación comparada. Entre sus variables sólo 2 presentan disminuciones, mientras que las otras 10 mostraron mejores resultados, destacando el importante aumento en la presencia de los informes de gestión, riesgos y auditor externos en las webs de las empresas de la muestra. Respecto de funcionalidad, su significatividad en las diferencias positivas de su índice promedio y su aporte al índice total es reflejo de un mejor resultado en todas las variables que componen este índice. Esto da cuenta de mejores sitios web, con opciones y funcionalidades que contribuyen a una mejor navegación de los sitios, descarga y facilidad de uso, especialmente en lo que respecta a disponibilidad de buzones de sugerencias y la posibilidad que los usuarios se inscriban para recibir alertas de novedades de la compañía a correos electrónicos.

Finalmente, hay que señalar que sólo un trabajo evolutivo entre los diferentes estudios latinoamericanos consultados abarcó 6 países en 3 años diferentes (2006-2008-2010), donde el índice promedio utilizado arrojó un 0,36 en el año 2006, subió a un 0,42 en el año 2008 y a un 0,47 en el 2010, para una escala de medición de 0 a 1. El índice aumentó en todos los países analizados, con excepción de México, que ya tenía un nivel de divulgación relativamente alto el 2006 (Garay et al., 2013). En definitiva, las empresas latinas incrementaron su divulgación en 10 años de manera tal, que esta revelación del 2018 es significativamente diferente a la realizada el 2008, lo que está respaldado por todos los índices parciales, mostrando una mayor divulgación transversal a lo largo de las diferentes dimensiones. Estos resultados van en la línea con los observado en lo países estudiados individualmente en trabajos previos, como en argentina (Jjarne y Morales Parada, 2023), en Chile (Morales y Jarne, 2022b) y México Morales y Jarne, 2022a).

7. Conclusiones

Los resultados obtenidos en el estudio evolutivo mostraron una clara mejora del reporting en las webs de empresas latinas en la última década. Esto hizo que se evidencias en diferencias estadísticamente significativas entre los niveles de divulgación medidos en 2018 y en 2008. Asimismo, la información publicada en los sitios web en el 2018 se comporta de una manera más homogénea entre las distintas compañías en comparación a la presentada el 2008. La mayor disponibilidad de información en la actualidad es común entre la totalidad de las dimensiones analizadas, siendo la relacionada con la transparencia y la rendición de cuentas las que alcanzan una mejora más sustancial en términos relativos. Lo anterior viene a confirmar el amplio interés de los mercados hacia información sostenibles, sobre medio ambiente, social y gobernanza como lo están demostrando trabajos sobre mercados latinos (Gutiérrez-Ponce et al., 2022; Hernández-Pajares, 2018) y a nivel internacional (Li et al., 2022).

El análisis de las diferencias por país demostró que Brasil tiene un incremento significativo en la divulgación de todos sus índices, siendo siempre superior el año 2018 respecto al 2008. Chile mostró esas diferencias estadísticas en el índice total y las dimensiones rendición de cuentas, compañía y estrategia y transparencia, mientras que México en el nivel total y sólo en las dimensiones transparencia y funcionalidad. La evidencia más débil se obtuvo en Argentina, donde sólo se rechazó la hipótesis nula de igualdad entre 2008 y 2018 para el índice de funcionalidad. Este resultado es muy discreto considerando que es una medición con 10 años de diferencia y, aunque se observa un incremento en sus niveles de divulgación, éste no resulta significativo.

En definitiva, la tendencia observada muestra un incremento de informaciones no sólo de carácter financiero, sino especialmente de tipo no financiero, mejorando la funcionalidad de las páginas web. Esto se encuentra en la línea marcada por los reguladores a nivel internacional, que avanzan hacia el establecimiento de mayor inclusión de índices y datos cualitativos como parte integral de los estados financieros tradicionales o en informes adicionales. Es decir, en parte, las empresas latinas logran recoger las prácticas provenientes desde los mercados de países desarrollados, especialmente en materias relacionadas con medioambiente, social y gobernanzas (ESG por su sigla en inglés).

Trabajos futuros pueden abordar muestras de empresas más amplias, no sólo las del top índice bursátil por país, así como la mirada internacional abarcando países no considerados en este estudio, pero dentro de la región latinoamericana. Además, poner mayor énfasis en la revisión de aspectos relacionados con Medioambiente, Social y Gobernanza debido al amplio interés mundial en la materia y a que muchos países están contemplando regulaciones locales y con eso cambia el escenario frente al fenómeno, así como poner mayor atención en la comunicación digital y reacciones de esta en redes sociales como en (Miquel-Segarra et al., 2023).

Referencias

- Ahmed, A. A., Tahat, Y., Burton, B., & Dunne, T. (2015). The value relevance of corporate internet reporting: The case of Egypt. *Advances in Accounting*, 31(2), 188-196. <https://doi.org/10.1016/j.adiac.2015.09.004>
- Archel Domench, P. (2007). *Teoría e investigación crítica en contabilidad: Un estudio de caso*. AECA.
- Ashbaugh, H., Johnstone, K. M., & Warfield, T. D. (1999). Corporate Reporting on the Internet. *Accounting Horizons*, 13(3), 241-257.
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. (2002). *Código de buenas prácticas para la divulgación de información financiera en Internet*. AECA.
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. (2008). *El Nuevo modelo de empresa y de su gobierno en la economía actual*. AECA.
- Barac, K. (2004). Financial reporting on the internet in South Africa. *Meditari Accountancy Research*, 12(1), 1-20. <https://doi.org/10.1108/10222529200400001>
- Benavides Legarda, M. E. (2012). *La contabilidad y los sistemas integrados de administración financiera: ¿el camino a seguir?* (Inf. téc. N.º Documento de debate #IDB-DP-196). Banco Interamericano de Desarrollo.

- Boubaker, S., Lakhali, F., & Nekhili, M. (2011). The determinants of web-based corporate reporting in France. *Managerial Auditing Journal*, 27(2), 126-155. <https://doi.org/10.1108/02686901211189835>
- Bozcuk, A. E. (2012). Internet financial reporting: Turkish companies adapt to change. *Managerial Finance*, 38(8), 786-800. <https://doi.org/10.1108/03074351211239405>
- Briano Turrent, G. d. C. (2014). Factores que Inciden en una Mayor Transparencia de Gobernanza Corporativa en Empresas Cotizadas Latinoamericanas. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas*, 9(2), 105-124. <https://doi.org/10.21919/remef.v9i2.58>
- Canyelles, J. (2011). Responsabilidad social de las administraciones públicas. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 13(7), 77-104.
- Chow, C. W., & Wong-Boren, A. (1987). Voluntary Financial Disclosure by Mexican Corporations. *The Accounting Review*, 62(3), 533-541. <http://www.jstor.org/stable/247575>
- Cooke, T. E. (1989). Disclosure in the Corporate Annual Reports of Swedish Companies. *Accounting and Business Research*, 19(74), 113-124. <https://doi.org/10.1080/00014788.1989.9728841>
- Cortesi, A., & Vena, L. (2019). Disclosure quality under Integrated Reporting: A value relevance approach. *Journal of Cleaner Production*, 220, 745-755. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.02.155>
- Financial Accounting Standard Board. (2000). Business reporting research project. Electronic distribution of business reporting information (Steering Committee Report). http://www.fasb.org/brrp/brrp_main.shtml
- Freeman, R. E. (1983). *Strategic management: A stakeholder approach* (Vol. 1).
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge University Press. <https://www.cambridge.org/cl/universitypress/subjects/management/business-ethics/strategic-management-stakeholder-approach?format=PB&isbn=9780521151740>
- Gandía, J., & Pérez, T. (2003). Transparencia Informativa Digital en las Sociedades Cotizadas en el Mercado Continuo: Un Estudio Empírico. *ASEPUC*.
- Garay, U., González, M., Guzmán, A., & Trujillo, M. A. (2013). Internet-based corporate disclosure and market value: Evidence from Latin America. *Emerging Markets Review*, 17, 150-168. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2013.09.002>
- García-Borbilla, A., & López-García, R. (2009). La divulgación de información financiera en la web corporativa de empresas cotizadas: un estudio evolutivo. *AECA*. http://aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xvcongresoaecca/cd/98g.pdf
- Geerings, J., Bollen, L. H. H., & Hassink, H. F. D. (2003). Investor relations on the Internet: a survey of the Euronext zone. *European Accounting Review*, 12(3), 567-579. <https://doi.org/10.1080/0963818032000083531>
- González, M., Quintero, J., Muñoz, J., & Rico, J. (2020). Epistemología de la transparencia en la gestión empresarial. *Tendencias en la Investigación Universitaria Una visión desde Latinoamérica*, 11, 71-89. <https://doi.org/10.47212/tendencias2020vol.xi.6>
- Gutiérrez-Ponce, H., Chamizo-Gonzalez, J., & Arimany-Serrat, N. (2022). Disclosure of Environmental, Social, and Corporate Governance Information by Spanish Companies: A Compliance Analysis. *Sustainability*, 14(6). <https://doi.org/10.3390/su14063254>
- Hernández-Pajares, J. (2018). Influencia de la naturaleza internacional de empresas peruanas en su información de sostenibilidad. *Revista de Comunicación*, 17(1), 74-92. <https://doi.org/10.26441/RC17.1-2018-A4>
- International Accounting Standard Committee. (1999). Business reporting on the Internet. IASC.
- International Financial Reporting Standard Foundation. (2019). Disclosure initiative: Principles of disclosure (Project summary). <https://www.ifrs.org/-/media/project/disclosure-initiative/disclosure-initiative-principles-of-disclosure/project-summary/di-principles-of-disclosure-project-summary.pdf>
- International Organization of Securities Commissions. (2002). Principles for ongoing disclosure and material development reporting by listed companies. <https://www.iosco.org/library/pubdocs/pdf/IOSCO132.pdf>
- International Organization of Securities Commissions. (2014). Report on the IOSCO social media and automation of advice tools surveys (FR04/2014). <https://www.iosco.org/library/pubdocs/pdf/IOSCO1445.pdf>
- International Sustainability Standards Board. (2021). IFRS Foundation announces International Sustainability Standards Board, consolidation with CDSB and VRF, and publication of prototype disclosure requirements [Comunicado de prensa]. <https://www.ifrs.org/news-and-events/news/2021/11/ifrs-foundation-announces-issb-consolidation-with-cdsb-vrf-publication-of-prototypes/>
- Jarne, J., & Morales Parada, F. (2023). Estado de situación y evolución de la divulgación de informaciones corporativas en websites de empresas cotizadas argentinas. *SaberEs*, 15(1), 23-44. <https://doi.org/10.35305/s.v15i1.252>

- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360. [https://doi.org/10.1016/0304-405x\(76\)90026-x](https://doi.org/10.1016/0304-405x(76)90026-x)
- Li, C., Wu, M., Chen, X., & Huang, W. (2022). Environmental, social and governance performance, corporate transparency, and credit rating: Some evidence from Chinese A-share listed companies. *Pacific-Basin Finance Journal*, 74. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2022.101806>
- Lodhia, S. K., Allam, A., & Lymer, A. (2004). Corporate Reporting on the Internet in Australia: An Exploratory Study. *Australian Accounting Review*, 14(34), 64-71. <https://doi.org/10.1111/j.1835-2561.2004.tb00242.x>
- Mendes-da-Silva, W., & Magalhães Filho, P. A. d. O. (2005). Determinantes da disseminação voluntária de informações financeiras na internet. *RAE eletrônica*, 4(2). <https://doi.org/10.1590/s1676-56482005000200004>
- Miquel-Segarra, S., Rangel Pérez, C., & Monfort, A. (2023). Análisis del uso de Twitter como plataforma estratégica de diálogo: las empresas del IBEX35 y la difusión de mensajes sobre COVID. *Revista De Comunicación*, 22(1), 273-291. <https://doi.org/10.26441/RC22.1-2023-2989>
- Morales, F., & Jarne, J. (2022a). Divulgación de informaciones corporativas en las website de empresas cotizadas mexicanas: estado de situación y evolución. *Revista Trascender Contabilidad y Gestión*, 7(21), 69-89. <https://doi.org/10.36791/tcg.v7i21sept-dic.182>
- Morales, F., & Jarne, J. (2022b). Transparencia corporativa en las website de empresas cotizadas chilenas: estado de situación y evolución. *Revista Gestión de las Personas y Tecnología*, 14(45), 97-123. <https://doi.org/10.35588/gpt.v14i45.5901>
- Navarrete-Oyarce, J., Gallizo Larraz, J. L., & Guzmán-Cofré, C. (2022). Reporte integrado y desempeño financiero en una economía emergente: análisis del mercado chileno. *Información tecnológica*, 33(2), 89-98. <https://doi.org/10.4067/s0718-07642022000200089>
- Odriozola, M., & Baraibar-Diez, E. (2017). Is Corporate Reputation Associated with Quality of CSR Reporting? Evidence from Spain. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(2), 121-132. <https://doi.org/10.1002/csr.1399>
- Ojah, K., & Mokoaleli-Mokoteli, T. (2012). Internet financial reporting, infrastructures and corporate governance: An international analysis. *Review of Development Finance*, 2(2), 69-83. <https://doi.org/10.1016/j.rdf.2012.04.001>
- Olea, M. (2005). Análisis en la evolución en el suministro de información financiera a través de Internet por las mayores empresas europeas. *Comunicación presentada en el XIII Congreso AECA, AECA*.
- Organization for Economics Co-Operation and Development. (2004). *White Paper sobre gobierno corporativo en Latinoamérica*. <https://www.oecd.org/daf/ca/corporategovernanceprinciples/22368983.pdf>
- Organization for Economics Co-Operation and Development. (2015). *G20/OECD Principles of Corporate Governance*. <https://www.oecd.org/daf/ca/principles-corporate-governance/>
- Organization for Economics Co-Operation and Development. (2016). *G20/OCDE Principios de Gobierno Corporativo*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264259171-es>
- Pelayo, M., Fuertes, Y., Cuellar, B., & Arias, M. (2013). Impacto de la divulgación de información financiera en Internet de las empresas en América Latina. *Global conference on business and finance proceedings*, 8(1), 772-781.
- Pervan, I. (2009). Trends of voluntary Internet reporting in Croatia: analysis for the period 2005-2007. *Interdisciplinary Management Research*, 5, 617-625. <https://EconPapers.repec.org/RePEc:osi:journl:v:5:y:2009:p:617-625>
- Rivera-Arrubla, Y. A., Zorio-Grima, A., & García-Benau, M. A. (2016). El concepto de informe integrado como innovación en reporting corporativo. *Journal of Innovation & Knowledge*, 1(3), 144-155. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.01.016>
- Robbins, W. A., & Austin, K. R. (1986). Disclosure Quality in Governmental Financial Reports: An Assessment of the Appropriateness of a Compound Measure. *Journal of Accounting Research*, 24(2), 412-421. <https://doi.org/10.2307/2491145>
- Rodrigues, L. L., & Menezes, C. (2003). Financial reporting on the internet: the Portuguese case. *RAE eletrônica*, 2(2). <https://doi.org/10.1590/s1676-56482003000200004>
- Salido-Hernández, P. M., Santos-Jaén, J. M., & Gracia-Ortiz, M. D. (2018). Información no financiera como herramienta de transparencia. *La Razón Histórica: revista hispanoamericana de Historia de las Ideas políticas y sociales*, 40, 116-132.
- Sandhu, A., & Singh, B. (2019). Board composition and corporate reporting on internet: Indian evidence. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 17(2), 292-319. <https://doi.org/10.1108/jfra-05-2017-0031>
- Scott, W. R. (2008). Approaching adulthood: the maturing of institutional theory. *Theory and Society*, 37(5), 427-442. <https://doi.org/10.1007/s11186-008-9067-z>
- Sever, S., Dumancic, K., & A., R. (2022). Factors influencing the disclosure of additional financial and non-financial information by large enterprises. *Journal of Contemporary Management Issues*, 27(1), 287-308. <https://doi.org/10.30924/mjcmi.27.1.16>

Villa Barrientos, J. D., Escobar Cruz, Y., & Correa Mejía, D. A. (2020). Evolución de la revelación de información no financiera: evidencia desde el contexto colombiano. *Cuadernos de Contabilidad*, 21, 1-20. <https://doi.org/10.11144/javeriana.cc21.erif>