

Información financiera en internet

Caso: Bolsa de Madrid y el Eurostoxx50

Cuadrado Ebrero, Amparo*;

García Jara, Elisa** y Eslava Zapata, Rolando***1

Recibido: 10/10/2010 • Revisado: 18/10/2010

Aceptado: 18/11/2010

Resumen >>

La información que las empresas actualmente distribuyen por Internet, va mucho más allá de los requisitos establecidos por los organismos a los cuales les compete. Tal información muestra su mayor énfasis en lo económico-financiero y ha dado paso a la difusión de información de carácter voluntario. En este contexto, la presente investigación analiza la información suministrada por las empresas a través de Internet, identificando los niveles de detalle en que se presentan ciertas variables relacionadas con la información obligatoria y voluntaria de las sociedades que cotizan en la Bolsa de Valores de Madrid y en el Eurostoxx50. En principio se realiza un análisis descriptivo para luego dar paso a un análisis factorial. Los resultados del estudio llevan a concluir que la información difundida en la actualidad por las sociedades cotizantes en la mencionada Bolsa, tienen unos niveles adecuados y disponibles para satisfacer las necesidades de información de los agentes económicos. Adicionalmente, se determinan tres factores fundamentales que aglutinan la información para que los datos presentados resulten útiles a los agentes económicos.

Palabras clave: Internet, cantidad de información, información obligatoria, información voluntaria, sociedades cotizadas, análisis factorial.

Abstract >>

THE FINANCIAL INFORMATION ON INTERNET CASE: MADRID STOCK MARKET AND EUROSTOXX50

The information that companies disclose on Internet nowadays goes beyond the requirements settled down by the institutions to which they concern. The disclosed information shows emphasis on the economic and financial aspects, enterprises have stepped to spread information on a voluntary basis. In this reseach, the information disclosed by companies on Internet is analyzed, identifying the detail levels in which certain variables related with the mandatory and voluntary information of companies listing in the Madrid Stock market and Eurostoxx50 are presented. At first, a descriptive analysis is carried out, and then a factor analysis is performed. The results of the study led to the conclusion that information disclosed nowadays by companies listing in the stock market, has appropriate levels and is available to satisfy the information needs of the economic agents. Besides, three fundamental factors that group information are determined so that disclosed data are useful to the economic agents.

Keywords: Internet, Quantity of information, Mandatory information, Voluntary information, Listing Companies, Factor analysis.

1 * Licenciada y Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales en la especialidad de "Contabilidad" por la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Catedrático de la Universidad en economía financiera y contabilidad de la UCM. Departamento de Economía Financiera y Contabilidad II (Contabilidad), Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España. E-mail: acuadrado@ccee.ucm.es

2 ** Licenciada y Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales en la especialidad de "Contabilidad y Auditoría", por la Universidad Complutense de Madrid (UCM), premio extraordinario de licenciatura. Profesora Titular del Departamento de Economía financiera y contabilidad II, coordinadora de varios programas de doctorado y miembro de diversas comisiones de la Facultad de Ciencias Económicas y empresariales UCM. Departamento de Economía Financiera y Contabilidad II (Contabilidad), Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España. E-mail: elisagj@ccee.ucm.es

3*** Licenciado en Administración, Licenciado en Contaduría Pública y Magister en Ciencias Contables por la Universidad de los Andes (ULA-Venezuela). Profesor agregado del Departamento de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de los Andes, Táchira, Venezuela. Departamento de Ciencias Administrativas y Contables, Núcleo Universitario "Pedro Rincón Gutiérrez", Universidad de los Andes, edo. Táchira, San Cristóbal, Venezuela. E-mail: raez@ula.ve

1. Introducción

La difusión de información por Internet en los últimos años ha tenido un auge vertiginoso gracias al desarrollo de las tecnologías; este hecho, ha significado un cambio importante en las formas de difusión que utilizan las entidades para informar a los agentes económicos sobre sus operaciones.

La relevancia del Internet como herramienta rápida, sencilla y masiva para suministrar información, ha llevado a que, cada vez más, las empresas opten por este medio para transmitir información económica-financiera y más aún, cuando existe una regulación que refuerza la transparencia de la información difundida por las sociedades cotizadas en la Unión Europea. En el caso de España, está determinada por la Ley 26/2003 de Transparencia y además existe la Circular 1/2004 de la Comisión Nacional de Mercado de Valores (CNMV) en la que se fija el contenido mínimo de las páginas de las sociedades anónimas cotizadas.

El actual entorno contable, caracterizado por unos mayores niveles de transparencia en la revelación de información así como las crecientes demandas informativas de los usuarios contables, han hecho que las empresas ofrezcan al público una mayor cantidad de datos en un tiempo real y que superan las exigencias de los organismos reguladores. En este sentido, ponen a disposición de los agentes económicos, una amplia variedad de información voluntaria a la que se puede acceder de manera rápida y oportuna, mejorando con ello tanto la cantidad como la calidad de la información difundida.

En vista de las mejoras continuas en la transmisión de la información voluntaria en la

red, se han producido innumerables beneficios, entre los que se pueden destacar, por ejemplo, el bajo coste que representa la utilización de este medio, así como la reducción de los problemas de asimetría. De ahí que las empresas han optado por utilizar este medio para aprovechar las tecnologías de la información y mantener un vínculo con los inversores y otros usuarios contables, suministrándoles la información que requieren para su toma de decisiones. En este orden de ideas, es necesario realizar análisis continuos para comprender la manera en que el entorno digital influye en los procesos de comunicación de la información financiera.

El objetivo de esta investigación fue analizar la información financiera suministrada por las empresas a través de Internet, para identificar los niveles de detalle en que se presentan ciertas variables relacionadas con la información obligatoria y voluntaria de las sociedades cotizadas.

A partir de una muestra de 143 empresas pertenecientes a la Bolsa de Valores de Madrid y el Eurostoxx50, se realizó, en principio, un análisis descriptivo de la información suministrada a través de Internet, para luego dar paso a un análisis factorial, de cara a examinar la comunicación efectiva de la información financiera.

Con los resultados obtenidos, se pone de manifiesto que las empresas cotizadas, en su conjunto, ofrecen unos buenos niveles en la difusión de información de carácter obligatoria y voluntaria, destinada a satisfacer las necesidades informativas de los agentes económicos. Asimismo, se ha puesto de relieve, con el análisis factorial, una nueva visión sobre los principales criterios utilizados en la presentación de la información en las páginas

de Internet, para facilitar la comprensión de los datos difundidos y la toma de decisiones de los usuarios.

En el próximo apartado, se analiza el estado de la cuestión en relación con la difusión de información financiera en Internet y se destacan algunos de los principales estudios empíricos en torno a este tema así como los aspectos normativos. En el apartado tercero, se presenta la metodología del estudio y la descripción de la muestra. Por su parte, en el apartado cuarto, se muestran los resultados obtenidos del estudio empírico. En el quinto apartado se recogen las principales conclusiones obtenidas con este trabajo de investigación. Finalmente, se exponen las referencias bibliográficas que sirvieron de soporte al presente estudio.

2. Información financiera en Internet: estado de la cuestión

La difusión de información financiera en Internet, está prevista en diversos pronunciamientos emanados de las Comisiones de Mercados de Valores y otros organismos, con el fin de que las empresas atiendan los requerimientos de información de los usuarios de la contabilidad.

En línea con el escenario normativo de las páginas de Internet, son especialmente reveladores los trabajos desarrollados por los principales organismos contables sobre la información publicada en la web, cuyos resultados han ejercido un papel importante al momento de regular la información difundida por ese medio.

Una prueba de las investigaciones realizadas, la tenemos en el Instituto Americano

de Contadores Públicos Certificados (AICPA), el cual a través del Jenkins Committee (1994), proporcionó una serie de recomendaciones relacionadas con un nuevo modelo de la información útil para los inversionistas. En este nuevo modelo, el comité usó el término “reporting” como el más apropiado para referirse a la difusión de información financiera y no financiera. El informe recomendó cinco categorías necesarias para la toma de decisiones de los usuarios de la contabilidad, a saber: (a) información financiera y no financiera, incluyendo las normas contables, (b) análisis de la información por parte de los directores, (c) información sobre los riesgos, oportunidades y tendencias de las empresa, (d) información sobre los directores y (e) la divulgación de información general de la compañía y su impacto en la industria.

De igual modo la Financial Accounting Standard Board (FASB, 2000) en un trabajo titulado “Electronic distribution of business reporting information”, destaca cómo a través de Internet se ha ampliado la cantidad de información que además es divulgada a un bajo coste y está disponible a un mayor número de inversionistas. Más tarde, la FASB (2001) presentó el informe “Improving business reporting: Insights into enhancing voluntary disclosures”, en el que proporciona algunas guías a las empresas sobre cómo difundir la información a los inversionistas. En ese trabajo se reconoce la relevancia de la divulgación de información en torno a las opiniones de los directores, inmovilizado inmaterial y planes de la compañía.

En esta misma línea, Lymer, Debreceny, Gray y Rahman (1999) elaboraron un trabajo para el International Accounting Standards Committee (IASC), en el que consideraban,

entre otros aspectos, el uso de las tecnologías como medio de difusión de la información. Luego de revisar las páginas de Internet de 660 compañías de 22 países, llegaron a establecer algunas normas que deberían seguirse para publicar la información, con el fin de proporcionar datos que resulten ser más transparentes para su análisis.

Por otra parte, y para hacer referencia a la materia normativa en relación con las páginas de Internet, en el ámbito internacional y tomando como ejemplo, en principio, a los Estados Unidos, se tiene que la SEC (Securities and Exchange Commission, 1995), a través del comunicado No. 33-7233, establece algunos aspectos relacionados con la difusión de información por un medio electrónico. En la misma dirección de este planteamiento, el artículo 409 de la Ley Sarbanes-Oxley Act of 2002, establece la revelación de información de las operaciones del emisor al público en tiempo real. Esto ha llevado a que las empresas estadounidenses difundan su información financiera y no financiera en tiempo real a través de Internet.

Por su lado la IFAC (International Federation of Accountants, 2002) presentó un documento en el que se discutían aspectos como la información proporcionada por las empresas en sus páginas de Internet, los formatos utilizados para reflejar esa información, la información financiera y no financiera presentada, los idiomas en que se muestra la información, entre otros.

En relación con la Unión Europea (UE), se confirmó que la CEC (Commission of the European Communities, 2000) se pronunció sobre la importancia de la difusión financiera digital. De igual modo, en la Directiva 2004/109/

CE y Directiva 2007/14/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, se establecieron los requisitos de transparencia mediante la utilización del Internet como uno de los medios para comunicar información financiera a los accionistas, lo que supuso un impulso importante al desarrollo de ramificaciones jurídicas en los países comunitarios, para las empresas que difunden su información financiera y no financiera por esa vía.

Las citadas investigaciones y marcos normativos, han servido de referencia para encuadrar el resultado global de la literatura y la regulación de las páginas de Internet en el orden internacional. A su vez, han servido para establecer la necesidad de una regulación más explícita sobre la cantidad de información financiera y no financiera difundida en las páginas web.

En lo que respecta al marco normativo de la difusión de información en Internet para el caso español, el Código de Conducta del IASC dio origen al Código de Buenas Prácticas para la Divulgación de Información Financiera en Internet (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, 2002), el cual incluía recomendaciones para incrementar la utilidad de la información difundida por ese medio. En el mencionado documento se hace referencia a los contenidos de las páginas de Internet relativos al negocio, la información financiera, la navegabilidad de las páginas, diseño y accesibilidad.

Por su lado, la Ley 26/2003, también denominada Ley de Transparencia, específicamente en el artículo 117, establece que las sociedades anónimas que cotizan en el mercado de valores deben difundir la información relevante a través de sus páginas de Internet como

derecho de información de los accionistas. De igual forma añade que las entidades deben revelar, entre otras, la información correspondiente a los reglamentos de la Junta General y el Consejo de Administración, la memoria anual, los informes del Gobierno Corporativo y, en general, algunos aspectos relacionados con la actividad de la empresa.

Posteriormente, los legisladores, rigiéndose por la Orden ECO/3722/2003 (Ministerio de Economía, 2003), obligan a las sociedades anónimas cotizadas a disponer de una página Internet para difundir la información relevante y atender los requerimientos de información de los accionistas.

Respecto a la CNMV española, se observa que la Circular 1/2004 de 17 de marzo, establece el contenido mínimo obligatorio de las páginas de Internet de las sociedades cotizadas, el cual debe estar ajustado al principio de transparencia. En general, en la circular se hace referencia a las especificaciones técnicas y jurídicas, los contenidos mínimos y el espacio temporal para la difusión de la información.

Cabe destacar, que entre los contenidos exigidos se encuentra el apartado de “información para accionistas e inversores”, en el que debe incluirse los estatutos sociales, el reglamento de la junta general, la memoria anual, los documentos relativos a las juntas generales ordinarias y extraordinarias, entre otros datos. Asimismo, en la Circular 1/2008 de 30 de enero, se indican los modelos de los informes y los plazos que tienen las empresas para remitir la información a través del Registro Electrónico de la CNMV.

Asimismo, se establece en el artículo 4 del Real Decreto 1362/2007, la difusión a través

de Internet de la información financiera de los emisores cuyos valores estén admitidos a negociación en un mercado secundario oficial o en un mercado de la UE (Ministerio de Economía y Hacienda, 2007).

Como se ha podido observar, las normativas expuestas recogen el tipo de información que deben difundir por Internet las empresas que cotizan en el mercado de valores y, en general, las líneas de actuación que deben seguir las entidades para obtener una mayor transparencia en la divulgación de la información digital.

Por todo ello, Internet se ha convertido hoy día en uno de los medios más usados por las empresas para difundir información a los agentes económicos, además de que, en los diferentes países, existe una normativa que regula los datos difundidos por este medio, lo cual permite fomentar la transparencia informativa y las buenas decisiones de los inversores y otros grupos de interés. Ante este panorama, vale la pena determinar el estado en que se encuentra actualmente la información divulgada en las web de las empresas cotizadas, dada la importancia que, como ya se dijo, Internet ha adquirido como canal de difusión de información en estos últimos años.

3. Metodología del estudio empírico y descripción de la muestra

En cuanto a la metodología seguida para el análisis de las páginas de Internet, se seleccionó la técnica de la observación. En este sentido, se llevó a cabo una observación sistemática y planificada de los atributos que fueron fijados previamente, registrándolos en un formulario (plantilla de registro) junto a las calificaciones obtenidas con base en su nivel

de detalle, a objeto de facilitar las posteriores relaciones estadísticas de los datos.

Se han precisado las páginas de Internet de las empresas a fin de identificar los atributos objeto de estudio, los cuales están relacionados con la información financiera y no financiera. Los atributos se seleccionaron considerando el trabajo de Jenkins Committee (1994). Cabe destacar que este análisis se realizó en el periodo comprendido entre julio y septiembre de 2009.

En cuanto a la valoración de los atributos, existen algunas experiencias de investigadores que han empleado técnicas que indican como puntuar las variables, tales como Street y Bryant (2000) y Robb, Single y Zarzeski (2001), por nombrar algunos de ellos. En el presente trabajo se utilizó la “escala de apreciación”, que facilita la puntuación de las observaciones cuantitativamente. Al respecto, Anguera (1997: 67) señala que “por escala simple, entendemos aquella cuyos escalones sucesivos representan los diversos grados de la dimensión estudiada”.

Siguiendo este criterio, los valores que van a tomar las distintas variables se determinaron estableciendo una puntuación que va de 0 a 5, todo dependiendo del nivel de detalle de los datos difundidos en las páginas de Internet, ponderándolos de la siguiente manera: 0 = no se incluye, 1= nada detallada, 2= poco detallada, 3= detallada, 4= muy detallada y 5= totalmente detallada.

La población comprende las páginas de Internet de las empresas que cotizan en la Bolsa de Madrid y del Eurostoxx50, que suman un total de 143 empresas (ver tabla 1). Se consideró que la muestra la conformasen todos los sectores productivos, exceptuando al sector financiero e inmobiliario, puesto que éste requiere un tratamiento especial para el análisis de la información y está sometido a una legislación contable específica. Después de ubicar los enlaces de Internet respectivos, se terminaron analizando 142 páginas de Internet, debido a que una de las empresas, perteneciente a la Bolsa de Madrid, tenía su página en mantenimiento.

Tabla 1 >>>

Páginas de Internet por Sector Productivo para el Análisis de la Cantidad de Información de las Empresas

Sector productivo	Página de Internet					
	Sí		No		Total	
	f	%	f	%	f	%
Petróleo y energía	13	100,0%	0	,0%	13	100,0%
Materiales Básicos Industria y construcción	35	97,2%	1	2,8%	36	100,0%
Bienes de consumo	35	100,0%	0	,0%	35	100,0%
Servicios de consumo	21	100,0%	0	,0%	21	100,0%
Tecnología y comunicaciones	6	100,0%	0	,0%	6	100,0%
Eurostoxx50	32	100,0%	0	,0%	32	100,0%
Total	142	100,0%	1	100,0%	143	100,0%

Fuente: elaboración propia.

4. Resultados obtenidos y discusión

4.1 Análisis descriptivo de las páginas de Internet

Respecto al estudio de la cantidad de información difundida por las empresas en

sus páginas de Internet, la tabla 2 recoge los resultados del análisis descriptivo de los atributos considerados para su análisis. Como se puede observar, se evidencia la presencia de un 100% de las variables en todas las páginas de Internet de las empresas examinadas.

Tabla 2
Atributos de las Páginas de Internet por Niveles de Detalle

Atributos	No se incluye		Nada detallada		Poco detallada		Detallada		Muy detallada		Totalmente detallada	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Estructura del accionariado	3	2,1%	0	,0%	0	,0%	1	,7%	2	1,4%	136	95,8%
Dividendos percibidos por los accionistas	2	1,4%	2	1,4%	0	,0%	8	5,6%	8	5,6%	122	85,9%
Evolución bursátil de la compañía	7	4,9%	9	6,3%	0	,0%	4	2,8%	7	4,9%	115	81,0%
Junta general de accionistas	1	,7%	2	1,4%	0	,0%	2	1,4%	5	3,5%	132	93,0%
Otra información	1	,7%	1	,7%	0	,0%	0	,0%	2	1,4%	138	97,2%
Principales resultados económico-financieros de la empresa	1	,7%	0	,0%	0	,0%	1	,7%	5	3,5%	135	95,1%
Estrategias corporativas de la empresa	6	4,2%	8	5,6%	3	2,1%	7	4,9%	12	8,5%	106	74,6%
Directivos de la compañía	2	1,4%	0	,0%	0	,0%	2	1,4%	19	13,4%	119	83,8%
Acuerdos convenidos en las reuniones de los directivos de la empresa	4	2,8%	1	,7%	2	1,4%	4	2,8%	23	16,2%	108	76,1%
Operaciones de la empresa en otros países	13	9,2%	6	4,2%	1	,7%	2	1,4%	10	7,0%	110	77,5%
Número de empleados	3	2,1%	3	2,1%	2	1,4%	11	7,7%	14	9,9%	109	76,8%
Políticas de inversión	6	4,2%	9	6,3%	3	2,1%	16	11,3%	38	26,8%	70	49,3%
Productos o servicios de la compañía	2	1,4%	2	1,4%	1	,7%	0	,0%	11	7,7%	126	88,7%
Noticias de las actividades de la empresa	2	1,4%	3	2,1%	3	2,1%	2	1,4%	6	4,2%	126	88,7%
Gobierno corporativo	2	1,4%	0	,0%	0	,0%	1	,7%	0	,0%	139	97,9%
Medidas en el tema medioambiental	5	3,5%	6	4,2%	1	,7%	18	12,7%	21	14,8%	91	64,1%
Políticas con los recursos humanos	5	3,5%	6	4,2%	4	2,8%	16	11,3%	25	17,6%	86	60,6%

Fuente: elaboración propia.

Este estudio permitió determinar que la mayoría de las empresas tienen una propensión a presentar información con un alto nivel de detalle, lo que se puede interpretar como una buena difusión de la información. En este sentido, y al analizar el nivel de detalle de la cantidad de información financiera y no financiera, se puso de manifiesto que las variables con puntuaciones más significativas están relacionadas, por un lado, con el **Gobierno Corporativo** (97,9%) en la escala “totalmente detallada”; mientras que, por el otro, en la escala “nada detallada” se ubicaron los atributos relacionados con la **evolución**

bursátil, las políticas de inversión y los planes futuros sobre las operaciones de la empresa, que obtuvieron la misma frecuencia (6,3%).

Siguiendo con la tabla 2, de la muestra examinada se desprende la existencia de la puntuación más alta (totalmente detallada), en los atributos relacionados los **informes financieros intermedios** (93%) y los **informes financieros de años anteriores** (95,8%); cabe destacar, que esto no sucede con los **ratios económicos/financieros** (45,8%). En general, estos porcentajes ponen

de manifiesto una positiva incorporación de información económico-financiera en la red.

Hay que precisar que uno de los problemas que se observaron en la difusión de información, está relacionado con la oportunidad de la información; es decir, mientras algunas empresas presentan datos actuales y detallados, otras publican datos desactualizados; de ahí, las bajas puntuaciones observadas en los atributos de algunas empresas.

La evidencia empírica muestra además, la alta frecuencia en el nivel de “totalmente detallada” de los atributos: *estructura del accionariado* (95,8%), *dividendos percibidos* (85,9%), *evolución bursátil de la compañía* (81%) y *junta general de accionistas* (93%).

En cuanto a los atributos **directivos de la compañía** y **acuerdos convenidos en las reuniones de los directivos de la empresa**, éstos fueron valorados con una alta calificación, valoración que prevaleció en la mayoría de las páginas de Internet analizadas. Un comportamiento similar se notó en la variable **planes futuros de la empresa**, que tuvo una frecuencia del 53,5% en la calificación más alta.

En el caso de la variable **productos o servicios de la compañía**, el nivel de detalle presentó una buena puntuación y del examen del atributo **estrategias corporativas de la empresa** se observó una frecuencia del 74,6% (totalmente detallada).

4.2 Análisis Factorial de las páginas de Internet

El análisis factorial (AF) se basa en el estudio de las correlaciones entre las variables utilizadas, con el fin de encontrar grupos y

reducir así la dimensionalidad de las variables que muestran las páginas de Internet. En este sentido, el objetivo de este apartado consiste en la identificación y cuantificación de los factores comunes entre los atributos. En la tabla 3 podemos observar el conjunto de variables que van a ser sometidas al análisis factorial.

Para que el AF resulte adecuado deben existir altas correlaciones entre las variables, es decir, se supone que éstas se explican por factores comunes. Para comprobar el grado de correlación, se decidió aplicar las pruebas de KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) de adecuación de la muestra y el test de esfericidad de Bartlett (Ximenez Gómez y San Martín Castellanos, 2005; Peña, 2002).

Una vez obtenidos los resultados, el análisis del KMO de 0,90 resulta ser un buen indicador de la adecuación muestral de los datos y, con un valor de significación 0,000, se rechazó la prueba de esfericidad de Bartlett. Estos resultados confirman que el uso del análisis factorial es un método adecuado.

Como puede verse en la tabla 4, el modelo factorial presenta una solución de tres factores que explican en total, cerca del 74% de la varianza. El primer factor (componente 1) destaca con el 51,779% de la explicación de la varianza total, mientras que los otros dos factores explican el 16,614% y el 5,518% de la varianza total.

En este punto, y con la intención de facilitar la interpretación de los resultados del modelo factorial, se procedió a realizar las rotaciones factoriales a fin de seleccionar la solución más sencilla e interpretable. De esta manera, y bajo el supuesto de que los factores están correlacionados entre sí, se optó por aplicar el

Tabla 3 >>>
Variables del Análisis Factorial

Descripción de la variable	Nombre de la variable
Estructura del accionariado	V1
Dividendos percibidos por los accionistas	V2
Evolución bursátil de la compañía	V3
Junta general de accionistas	V4
Otra información	V5
Principales resultados económico-financieros de la empresa	V6
Estrategias corporativas de la empresa	V7
Directivos de la compañía	V8
Acuerdos convenidos en las reuniones de los directivos de la empresa	V9
Operaciones de la empresa en otros países	V10
Número de empleados	V11
Políticas de inversión	V12
Productos o servicios de la compañía	V13
Noticias de las actividades de la empresa	V14
Gobierno corporativo	V15
Medidas en el tema medioambiental	V16
Políticas con los recursos humanos	V17
Planes futuros sobre las operaciones de la empresa	V18
Ratios económicos/financieros	V19
Informes financieros intermedios publicados en un plazo menor de un año	V20
Informes financieros de años anteriores, por lo menos de los tres últimos años	V21

Fuente: elaboración propia.

método de rotación oblicua y posteriormente, se evaluó la correlación presentada entre los factores. Así, al examinar la matriz de estructura en un espacio rotado, se puso de manifiesto la aglutinación de los atributos en tres factores. El primero de esos factores, que denominamos “**información empresarial**”,

explicó aproximadamente el 52% de la varianza total. Estaba compuesto por un total de nueve atributos que aglutinaban información empresarial como la evolución bursátil y las estrategias corporativas de la empresa. Las cargas factoriales presentaron valores altos, que oscilaban entre 0,65 y 0,94 (ver tabla 5).

Tabla 4 >>
Varianza Total Explicada de las Páginas de Internet

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación(a)
	Total	% de la varianza	% acumulad	Total	% de la varianza	% acumulad	Total
1	10,874	51,779	51,779	10,874	51,779	51,779	9,160
2	3,489	16,614	68,393	3,489	16,614	68,393	8,594
3	1,159	5,518	73,912	1,159	5,518	73,912	4,138
4	,831	3,957	77,869				
5	,774	3,688	81,557				
6	,592	2,818	84,375				
7	,493	2,350	86,725				
8	,445	2,119	88,844				
9	,388	1,849	90,693				
10	,315	1,499	92,192				
11	,285	1,357	93,549				
12	,251	1,196	94,745				
13	,229	1,089	95,834				
14	,190	,906	96,740				
15	,166	,792	97,532				
16	,157	,747	98,279				
17	,130	,619	98,898				
18	,106	,503	99,400				
19	,071	,340	99,741				
20	,035	,167	99,908				
21	,019	,092	100,000				

Fuente: elaboración propia

Tabla 5 >>
Primer Factor. Información Empresarial

Variable	Carga Factorial
Evolución bursátil de la compañía	,653
Estrategias corporativas de la empresa	,860
Operaciones de la empresa en otros países	,704
Número de empleados	,757
Políticas de inversión	,941
Medidas en el tema medioambiental	,862
Políticas con el recurso humano	,902
Planes futuros sobre las operaciones de la empresa	,879
Ratios económicos/financieros	,875

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 6 se observa el segundo factor, que explicó aproximadamente un 16% de la varianza total. Este factor estaba conformado por un total de 8 atributos y se denominó

“información financiera”. Cabe destacar que las saturaciones de las cargas oscilaron entre 0,67 y 0,97.

Tabla 6 >>>
Segundo Factor. Información Financiera

Variable	Carga Factorial
Estructura del accionariado	,801
Dividendos percibidos por los accionistas	,678
Junta general de accionistas	,834
Otra información	,973
Principales resultados económico-financieros de la empresa	,873
Directivos de la compañía	,870
Gobierno corporativo	,946
Informes financieros de años anteriores, por lo menos de los tres últimos años	,945

Fuente: elaboración propia.

El tercer factor explicó aproximadamente el 6% de la varianza y estuvo conformado por los atributos que se presentan en la tabla 7. Las cargas factoriales presentaron claras y elevadas saturaciones en este factor. Este componente se identificó como “**informaciones misceláneas**”.

Tabla 7 >>>
Tercer Factor. Informaciones Misceláneas

Variable	Carga Factorial
Productos o servicios de la compañía	,873
Noticias de las actividades de la empresa	,828
Informes financieros intermedios publicados en un plazo menor de un año	,945

Fuente: elaboración propia.

En general, los tres factores obtenidos presentaron correlaciones positivas moderadas, lo que evidenció una excelente adecuación de las variables en el instrumento analizado (ver tabla 8).

Tabla 8 >>>
Matriz de Correlaciones de Componentes

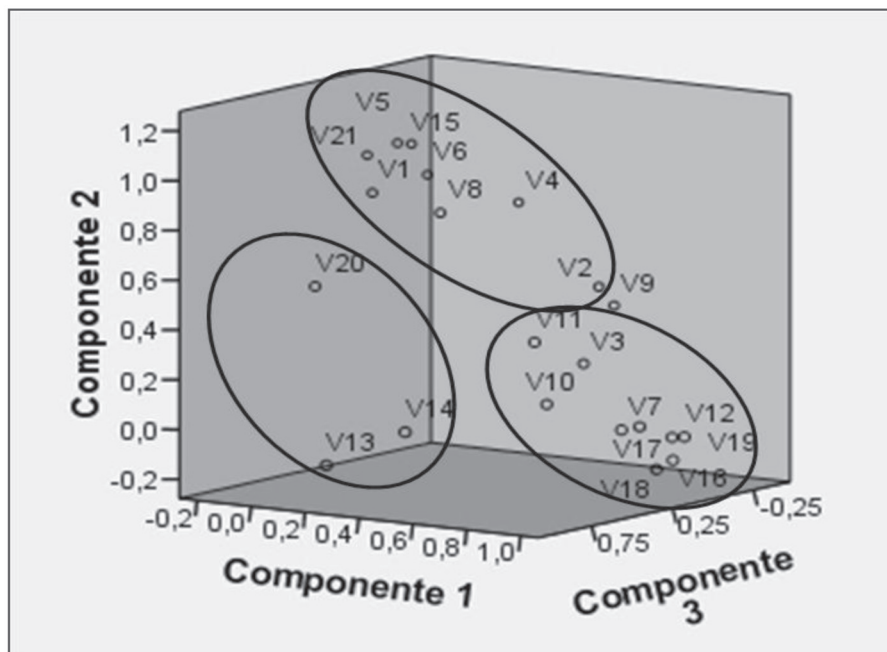
Componente	1	2	3
1	1,000	,492	,472
2	,492	1,000	,250
3	,472	,250	1,000

Fuente: elaboración propia.

En la figura 1, se pueden observar los componentes rotados en tres dimensiones con la configuración factorial del grupo de

variables, lo cual permite identificar claramente los factores presentados.

Figura 1 >>>
Componentes en espacio rotado



Fuente: elaboración propia

5. Conclusiones

La facilitación de información de las empresas a través de Internet, se ha convertido en un hecho común y extendido. Este medio es una importante herramienta de distribución de información financiera y no financiera, que proporciona beneficios tanto para las empresas como para los usuarios, puesto que es una vía expedita, sencilla, masiva, de bajo coste para las entidades y con efectivas potencialidades para satisfacer las crecientes demandas de información de los usuarios.

Los resultados obtenidos con el presente estudio muestran que las empresas cotizantes en la Bolsa de Madrid y Eurostoxx50, están difundiendo cada vez mayor cantidad de

información a través de la web. Asimismo, tomando en cuenta que en la actualidad se han reforzado los mecanismos reguladores orientados a mejorar la divulgación de información de las sociedades cotizadas, esta forma de actuar procura la transparencia informativa de sus operaciones.

En relación con la información obligatoria y voluntaria difundida por las empresas en las páginas de Internet, en general los niveles observados en el estudio empírico fueron adecuados, dada la cantidad de detalles suministrados por las variables analizadas. Con la presente investigación quedó patentado el grado de compromiso de las sociedades que cotizan en la Bolsa de Valores de Madrid y en el Eurostoxx50 en materia de revelación

de información. Conviene destacar, que las evidencias empíricas obtenidas reafirman la utilidad y relevancia de los medios digitales para difundir información adicional, distinta a la relacionada con los aspectos contables.

Los datos obtenidos siguiendo el modelo de AF, proporciona una estructura de tres factores en los que quedan recogidos los atributos de las páginas web analizados. Así, mediante la interpretación de las saturaciones obtenidas de las variables observadas, la configuración trifactorial quedó denominada como: “información empresarial”, “información financiera” e “información miscelánea”. El AF efectuado permitió aportar una nueva visión sobre los principales criterios utilizados en la presentación de la información en las páginas de Internet de las sociedades cotizadas, pues puso de manifiesto las interacciones existentes entre las variables analizadas sobre la

información difundida. Estos hallazgos ayudan a mejorar la comprensión acerca de la relación existente entre los atributos y pueden llegar a ser un instrumento adecuado para presentar la información en las páginas de Internet, a fin de facilitar, en general, su utilidad a los agentes económicos.

Por tanto, la utilización de Internet, aparte de que permite ofrecer una información en tiempo real que facilita la toma de decisiones de los agentes contables, facilita también la obtención de beneficios relacionados con la imagen corporativa y competitiva de las sociedades. Asimismo, este medio de difusión ofrece a las entidades la oportunidad de reducir la asimetría de la información entre la empresa y los usuarios contables, puesto que los distintos grupos de interés pueden tener acceso a una gran cantidad de información a un bajo coste.

Bibliografía >>

- Anguera, M. T. (1997). *Metodología de la observación en las ciencias humanas*. Ediciones Cátedra, S. A. Madrid, España.
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. (2002). Código de buenas prácticas para la divulgación de información financiera en Internet. *Documento No 1 de la Comisión de Nuevas Tecnologías y Contabilidad*. Madrid, España.
- Comisión Nacional de Mercado de Valores (2004). *Circular 1/2004. Sobre el informe anual de gobierno corporativo de las sociedades anónimas cotizadas y otras entidades emisoras de valores admitidos a negociación en mercados secundarios oficiales de valores, y otros instrumentos de información de las sociedades anónimas cotizadas*. Boletín Oficial del Estado número 76 de 29/3/2004. . Fecha de consulta: 17 de noviembre del 2009.
- Comisión Nacional de Mercado de Valores (2008). *Circular 1/2008. Sobre información periódica de los emisores con valores admitidos a negociación en mercados regulados relativa a los informes financieros semestrales, las declaraciones de gestión intermedia y, en su caso, los informes financieros trimestrales*. BOE número 40 de 15/2/2008. http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases_datos/doc.php?id=BOE-A-2008-2678. Fecha de consulta: 17 de noviembre del 2009.
- Commission of the European Communities. (2000). *Communication from the Commission to the Council and the European Parliament. EU financial reporting strategy: The way forward*. Fecha de consulta: 29 de octubre del 2009.

- Comisión Europea (2004). Directiva 2004/109/CE. *Sobre armonización de los requisitos de transparencia relativos a la información sobre los emisores cuyos valores se admiten a negociación en un mercado regulado*. DOUE número 390 de 31/12/2004. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:327:0001:01:ES:HTML>. Fecha de consulta: 18 del noviembre del 2009.
- Comisión Europea (2007). *Directiva 2007/14/CE. Disposiciones de aplicación de determinadas prescripciones de la Directiva 2004/109/CE, sobre la armonización de los requisitos de transparencia relativos a la información sobre los emisores cuyos valores se admiten a negociación en un mercado regulado*. DOUE número 69 de 9/3/2007. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32007L0014:ES:HTML>. Fecha de consulta: 18 de noviembre del 2009.
- Financial Accounting Standard Board. (2000). *Electronic distribution of business reporting information*. Fecha de consulta: 10 de octubre del 2009.
- Financial Accounting Standard Board. (2001). *Improving business reporting: Insights into enhancing voluntary disclosures*. www.fasb.org. Fecha de consulta: 10 de octubre de 2009.
- International Federation of Accountants. (2002). *Financial reporting on the Internet*. Staff paper, August, New York.
- Jenkins Committee. (1994). *Improving business reporting: A customer focus. Report of the special committee of AICPA on financial reporting - users needs subcommittee*. <http://accounting.rutgers.edu>. Fecha de consulta: 15 de enero del 2010.
- Ley 26/2003. *Boletín Oficial del Estado núm. 171 de 18/07/2003*. Madrid. http://noticias.juridicas.com/base_datos/Privado/l26-2003.html. Fecha de consulta: 18 de enero del 2010.
- Lymer, A., Debreceny, R., Gray, G. y Rahman, A. (1999). *Business reporting on the Internet, International Accounting Standard Committee, Londres*. www.iasplus.com. Fecha de consulta: 15 de junio del 2009.
- Ministerio de Economía (2003). *Orden ECO/3722/2003*. Sobre el informe anual de gobierno corporativo y otros instrumentos de información de las sociedades anónimas cotizadas y otras entidades. 26 de diciembre. Boletín Oficial del Estado, número 7 de 8/1/2004. http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases_datos/doc.php?id=BOE-A-2004-318. Fecha de consulta: 19 de enero de 2010.
- Ministerio de Economía y Hacienda (2007). *Real Decreto 1362/200: en relación con los requisitos de transparencia relativos a la información sobre los emisores cuyos valores estén admitidos a negociación en un mercado secundario oficial o en otro mercado regulado de la Unión Europea*. http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/rd1362-2007.html. Fecha de consulta: 25 de enero del 2010.
- Peña, D. (2002). *Análisis de datos multivariantes*. McGrawHill. Madrid.
- Robb, S. W. G., Single, L. E. y Zarzeski, M. T. (2001). Nonfinancial disclosures across Anglo-American countries. *Journal of International Accounting Auditing & Taxation*, 10(1), 71-83.
- Sarbanes-Oxley Act of 2002. *Pub. L. No. 107-204, 116 Stat. 745*. Fecha de consulta: 24 de enero del 2010.
- Securities and Exchange Commission. (1995). *Release No. 33-7233, Use of electronic media for delivery purposes*. www.sec.gov. Fecha de consulta: 03 de febrero del 2010.
- Street, D. L. y Bryant, M. (2000). Disclosure level and compliance with IASs: A comparison of companies with and without U. S. listings and filings. *International Journal of Accounting*, 35(3), 305-329.
- Ximénez Gómez, M. C. y San Martín Castellanos, R. (2005). *Fundamentos de Técnicas Multivariantes*. UNED Ediciones. Madrid.