

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



CENTRUMPUCP
GRADUATE BUSINESS SCHOOL

Modelo de Medición de Transparencia Corporativa: Aplicación a la Banca

Comercial en el Perú

TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER EN

ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

OTORGADO POR LA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

PRESENTADA POR

Manuel Antonio Bautista Fuentes

Rufino Rivelino Centeno Parian

José Miguel Perales Morales

Cynthia Radunovich Alonso

Asesora: Beatrice Elcira Avolio Alecchi

Surco, noviembre 2018

Agradecimientos

Queremos agradecer a nuestros profesores de CENTRUM Católica por su compromiso constante en ayudarnos a ser mejores profesionales y mejores personas. También a nuestros compañeros de la promoción CXI ya que hemos aprendido mucho de las experiencias compartidas y nos llevamos no solo compañeros de clase si no también amigos para toda la vida.

Dedicatorias

A mis hijos Manuel y Adriano por ser mi mayor inspiración, mi esposa Liz por su apoyo incondicional y a mi madre por ser un ejemplo permanente.

Manuel Bautista

A mi hija Carolina por ser la razón por la que quiero ser mejor cada día y a mi familia por todo su cariño y apoyo.

Rufino Centeno

A mi hijo José Miguel y mi esposa Charo por acompañarme en este camino, apoyarme a cumplir mis sueños y por siempre confiar en mí.

José Miguel Perales

A mi familia y amigos por siempre creer en mí y darme su apoyo en todo momento.

Cynthia Radunovich

Resumen Ejecutivo

¿Cuáles son las características que debe tener un modelo que permita evaluar el nivel de transparencia corporativa en las empresas? El objetivo de la presente investigación es desarrollar una herramienta que permita medir la transparencia corporativa considerando variables que sean relevantes y aporten valor a los distintos *stakeholders* de la organización. La construcción de este instrumento implica un proceso metodológico que es validado al aplicarlo en la industria de banca comercial en Perú.

La investigación inicia con una revisión de modelos que buscan medir conceptos como transparencia, gobierno corporativo o divulgación de información a nivel mundial, así como procesos metodológicos, seleccionando el ideal que conlleva a la creación del modelo propuesto. Esto implica la recolección de datos principalmente en fuentes secundarias en el canal de internet. Adicionalmente, se desarrolla un instrumento de recolección de información en una fuente primaria representada por los colaboradores de las organizaciones a evaluar.

Los resultados de la presente investigación son: (a) la propuesta de dimensiones, variables e indicadores del modelo de medición de transparencia corporativa, (b) la propuesta de la metodología con la que se construye el índice de transparencia corporativa, y (c) la validación del instrumento en la industria de banca comercial en el país.

Abstract

What are the features a model must have to assess the level of corporate transparency in companies? The aim of the present research is to develop a tool that allows measuring corporate transparency considering variables that are relevant and provide value to different stakeholders of organizations. The construction of this tool implies a methodological process which is validated when applied in the commercial banking industry in Peru.

The investigation starts with a review of models which seek to measure concepts, such as transparency, corporate governance or information disclosure worldwide, as well as methodological processes by selecting the ideal one that leads to the creation of the proposed model. It mainly implies the collection of data from secondary sources on the Internet. Moreover, an instrument for gathering information is developed to collect information from primary sources represented by the employees of the organizations to be evaluated.

The results of the current research are: (a) the proposal of the dimensions, variables and indicators to measure the corporate transparency model (b) the proposal of the methodology with which the corporate transparency index is created, and (c) the validation of the instrument in the commercial banking industry in the country.

Tabla de Contenidos

Lista de Tablas	v
Lista de Figuras.....	vi
Capítulo I: Introducción	1
1.1. Antecedentes	2
1.2. Problema de Investigación	7
1.3. Propósito de la Investigación	8
1.4. Definiciones Operacionales	8
1.5. Supuestos de la Investigación	9
1.6. Limitaciones	9
1.7. Delimitaciones.....	10
1.8. Resumen del Capítulo	10
Capítulo II: Revisión de la Literatura	12
2.1. Definición de Conceptos	14
2.1.1 Definición de transparencia corporativa.....	14
2.1.2 Definición de gobierno corporativo.....	17
2.1.3 Definición de responsabilidad social empresarial	20
2.1.4 Definición de dimensión social	22
2.1.5 Definición de corrupción	22
2.1.6 Definición de divulgación de información	23
2.2. Modelos para Medir la Transparencia Corporativa	24
2.2.1 Standard & Poor's	29
2.2.2 Transparencia corporativa por Inteligencia de Negocios en Chile.....	30
2.2.3 Índice de transparencia corporativa internet en el IBEX 35.....	32
2.2.4 Red de transparencia y acceso a la información pública.....	34

2.2.5 Factores que indiquen en una mayor transparencia en empresas cotizadas	36
2.2.6 Transparencia y buen gobierno	38
2.2.7 Índice de revelación de la información y valor de las empresas en Latinoamérica ...	39
2.2.8 Transparencia de la información corporativa	41
2.2.9 Global reporting initiative	43
2.2.10 Ley 27806 – Ley de transparencia y acceso a la información pública	45
2.2.11 Código de buen gobierno corporativo para las sociedades peruanas	45
2.3. Resumen	46
2.4. Conclusiones	47
Capítulo III: Metodología	50
3.1. Fase Cualitativa	53
3.1.1. Primera etapa	53
3.1.2. Segunda etapa	54
3.2. Fase Operativa	54
3.2.1. Tercera etapa	54
3.2.2. Cuarta etapa	56
3.2.3. Quinta etapa	58
3.2.4. Sexta etapa	60
3.2.5. Séptima etapa	63
3.2.6. Octava etapa	64
Capítulo IV: Propuesta de un Índice de Transparencia Corporativa	67
4.1 Modelo del Índice de Transparencia Corporativa	67
4.2 Componentes del Índice de Transparencia Corporativa	67
4.2.1 Dimensiones	68
4.2.2 Variables e Indicadores	75

4.3 Forma de Cálculo del Índice de Transparencia Corporativa.....	77
4.4 Criterios de Ponderación y Agregación	78
4.5 El Rol de la Encuesta en el Índice de Transparencia Corporativa	78
4.5.1 Población objetivo	79
4.5.2 Determinación de la muestra	80
4.5.3 Relevancia y validación de la herramienta	81
4.5.4 Cuestionario final	82
4.5.5 Análisis de la confiabilidad de los resultados.....	82
Capítulo V: Resultados de la Aplicación del Modelo de Medición de Transparencia	
Corporativa	87
5.1 La Industria de Banca Comercial en el Perú	87
5.2 Resultados del Modelo de Medición de Transparencia Corporativa	91
5.2.1 Resultados por dimensión.....	93
5.2.2 Resultados por empresa	109
Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones	123
6.1 Conclusiones	123
6.2 Recomendaciones.....	127
Referencias.....	129
Apéndice A: Modelos de Medición de Transparencia Corporativa.....	140
Apéndice B: Instrumento de Medición para la Dimensión Políticas Anticorrupción	160
Apéndice C: Validación del Modelo por Expertos.....	162
Apéndice D: Informe de Conformidad para Sustentación	168
Apéndice E: Declaración de Autenticidad y No Plagio	169

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Componentes de transparencia corporativa</i>	15
Tabla 2 <i>Definiciones de Transparencia Corporativa</i>	17
Tabla 3 <i>Definiciones de Gobierno Corporativo</i>	19
Tabla 4 <i>Definiciones de Responsabilidad Social Empresarial</i>	21
Tabla 5 <i>Definiciones de Corrupción</i>	23
Tabla 6 <i>Resumen de Modelos de Medición de Transparencia Corporativa</i>	26
Tabla 7 <i>Estadísticos Descriptivos IBEX 35</i>	34
Tabla 8 <i>Evolutivo de calificación para Perú según su bursatilidad</i>	40
Tabla 9 <i>Fortalezas y Debilidades del Análisis Multivariado</i>	57
Tabla 10 <i>Métodos de Normalización</i>	61
Tabla 11 <i>Compatibilidad entre Métodos de Ponderación y Agregación</i>	63
Tabla 12 <i>Relación de Bancos Comerciales que Cotizan en la Bolsa de Valores</i>	79
Tabla 13 <i>Tamaño de la Muestra para la Industria Banca Comercial en Perú</i>	80
Tabla 14 <i>Cálculo del Alfa de Cronbach de la Herramienta de Medición de la Dimensión Anticorrupción</i>	83
Tabla 15 <i>Propuesta de Modelo de Medición de Transparencia Corporativa</i>	84
Tabla 16 <i>Participación en Colocaciones en el Sector Bancario del Perú</i>	89
Tabla 17 <i>Colocaciones por Tipo de Crédito</i>	91
Tabla 18 <i>Calificación de Transparencia Corporativa en la Industria de Banca Comercial en el Perú</i>	92

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Mapa de la revisión de literatura.....	13
<i>Figura 2.</i> Sociedades abiertas transparentes.....	32
<i>Figura 3.</i> Indicadores mundiales de gobernanza.....	37
<i>Figura 4.</i> Modelo específico del índice de transparencia corporativa.....	68
<i>Figura 5.</i> Dimensiones del índice de transparencia corporativa.....	69
<i>Figura 6.</i> Créditos directos por empresas bancarias al 31 de diciembre del 2017 en millones de soles.....	89
<i>Figura 7.</i> Evolución de las colocaciones del 2013 al 2017.....	90
<i>Figura 8.</i> Ranking evaluación transparencia corporativa por dimensión.....	93
<i>Figura 9.</i> Evaluación dimensión información de la empresa en la banca comercial.....	95
<i>Figura 10.</i> Evaluación dimensión gobierno corporativo en la banca comercial.....	97
<i>Figura 11.</i> Evaluación dimensión transparencia financiera en la banca comercial.....	99
<i>Figura 12.</i> Evaluación dimensión responsabilidad social empresarial en la banca comercial.....	101
<i>Figura 13.</i> Evaluación dimensión social en la banca comercial.....	103
<i>Figura 14.</i> Evaluación dimensión estructura y proceso de la junta directiva en la banca comercial.....	105
<i>Figura 15.</i> Evaluación dimensión políticas anticorrupción en la banca comercial.....	108
<i>Figura 16.</i> Ranking evaluación transparencia corporativa por empresa.....	110
<i>Figura 17.</i> Evaluación de transparencia corporativa del Banco Continental.....	115
<i>Figura 18.</i> Evaluación de transparencia corporativa del Banco Interbank.....	115
<i>Figura 19.</i> Evaluación de transparencia corporativa del Banco de Crédito del Perú.....	116
<i>Figura 20.</i> Evaluación de transparencia corporativa del Banco Scotiabank.....	116
<i>Figura 21.</i> Evaluación de transparencia corporativa de Mibanco.....	117

<i>Figura 22.</i> Evaluación de transparencia corporativa del Banco Falabella.	117
<i>Figura 23.</i> Evaluación de transparencia corporativa del Banco Financiero.	118
<i>Figura 24.</i> Evaluación de transparencia corporativa del Banco Banbif.	118
<i>Figura 25.</i> Evaluación de transparencia corporativa del Banco Citibank.	119
<i>Figura 26.</i> Evaluación de transparencia corporativa del Banco del Comercio.	119
<i>Figura 27.</i> Evaluación de transparencia corporativa del Banco Santander.	120
<i>Figura 28.</i> Evaluación de transparencia corporativa del Banco Ripley.	120
<i>Figura 29.</i> Evaluación de transparencia corporativa del Banco Azteca.	121
<i>Figura 30.</i> Evaluación de transparencia corporativa del Banco Cencosud.	121
<i>Figura 31.</i> Evaluación de transparencia corporativa del Banco ICBC.	122
<i>Figura 32.</i> Evaluación de transparencia corporativa del Banco GNB.	122

Capítulo I: Introducción

Hoy en día la transparencia corporativa se presenta como una necesidad para ganar la confianza de los *stakeholders* en una organización (Ruiz, Tirado & Morales, 2008). Cualquier mala ejecución en algún aspecto de la comunicación entre la empresa y sus grupos de interés podría llevar a quebrar su relación y se enfrentaría a la posibilidad de extenderse hasta convertirse en una crisis. El fácil y rápido acceso a la información que trae consigo las nuevas tecnologías se suman a la necesidad de prestar atención a la calidad con la que se comunica información relevante tanto interna como externamente (Jáuregui, 2016), y a la vez la globalización y democratización son promotores importantes de la transparencia al facilitar el acceso de información (Halter, Coutinho & Halter, 2009). En el Perú, son conocidos los casos de grandes organizaciones que han sido denunciadas por delitos de corrupción generando escándalos que han repercutido en sus *stakeholders* y el valor de sus acciones, muchos asociados hasta con el gobierno de turno. Este escenario hace, hoy más que nunca, que la sociedad demande una mayor y real transparencia corporativa desde el seno del mundo empresarial.

El objetivo de esta investigación es proponer un modelo de medición de transparencia corporativa con la finalidad de indagar a profundidad sobre sus alcances y generar un valor en su desarrollo a través de una herramienta que permita medirla. Para efectos de esta investigación el modelo propuesto será validado en la industria de la banca comercial en el Perú. No existe un índice establecido y validado que mida la transparencia corporativa en las organizaciones en el país, si bien existen modelos aplicados en el mundo aún no se ha desarrollado investigaciones locales que permitan definir la validez de estos en el mercado peruano para que puedan ser aplicados. Este contexto se presenta como una oportunidad al tratarse de un tema poco estudiado en el Perú y que agregará valor a las empresas del país sumándose a la tendencia global del mundo corporativo.

1.1. Antecedentes

Son muchas variables las que se analizan en relación a la transparencia corporativa, como por ejemplo su origen voluntario u obligatorio, considerando su exigibilidad según su participación en el mercado de valores, la validez de la información si solo es considerada de manera interna o su necesidad de divulgación externa, su relación con la ética y en contraparte con la corrupción (Berglöf & Pajuste, 2005). Bushman, Piotroski y Smith (2004) relacionaron la transparencia corporativa con compartir información relevante del negocio para que los distintos grupos de interés puedan acceder a ella y tomar decisiones respecto a su relación con determinadas empresas. Encontraron que la información interna de las empresas es compartida cuando se presenta como una necesidad, como por ejemplo el requerimiento para las empresas que cotizan en distintas bolsas en el mundo, siendo así que voluntariamente es data que difícilmente se desee mostrar pues podría revelar estrategias significativas del negocio. Es importante indicar que esta información es regulada por instituciones que promueven la gobernabilidad de las empresas incluyendo intermediarios de reputación, como los bancos de inversión y sociedades de auditoría, así como leyes de valores y reguladores como la comisión de bolsa y valores en Estados Unidos y los regímenes de divulgación que producen información creíble específica de la empresa, siempre y cuando cotice en la bolsa.

Berglöf y Pajuste (2005) realizaron un estudio en 370 empresas no financieras que cotizan en las bolsas de Europa Central y Oriental encontrando que la información que divulgan depende del marco legal y la práctica en un país determinado, pero no encontraron una correlación con el desempeño financiero de las empresas, es decir, una empresa puede compartir mucha información ya sea porque el marco regulatorio se lo exige o por propia voluntad, sin afectar en sus indicadores económicos, sin embargo, en estudios realizados por Baraibar-Diez y Luna Sotorrió (2012) sí se encontró una relación entre la divulgación de información de la empresa con su desempeño financiero. Berglöf y Pajuste (2005) también

encontraron que la información está más disponible, es decir, son empresas más transparentes, las más grandes, con mejor apalancamiento, mejor relación precio/mercado contra precios en libros, y empresas con propiedad más concentrada. Entendiendo la necesidad de compartir información, indicaron que el desafío del gobierno corporativo se basa en controlar el poder de los accionistas o propietarios mayoritarios en relación con los inversores minoritarios; sin embargo, existe la necesidad de apoyo de leyes y políticas que aseguren controlar un posible inicio de corrupción. Por ejemplo, las empresas grandes arman su propio *lobby* y generan su propio marco regulatorio y legal, mientras las empresas que tienen una dependencia mayor al capital externo no están alentadas a divulgar más ya que el inversionista es quien aporta el dinero. Por otro lado, es necesario considerar que debe existir un balance en la exigibilidad de divulgación de información pues la alta regulación sobre indicadores de transparencia corporativa podría significar una barrera para que las empresas ingresen a la bolsa pudiendo afectar al desarrollo económico del país. Johnson, Holmes y Kirkpatrick (1998) indicaron que el índice de libertad económica, que mide el grado de libertad económica en los países del mundo, basado en medidas económicas creadas por la Fundación Heritage que publica The Wall Street Journal, es un buen referente para representar la libertad para compartir información en general y así promover el desarrollo de los países en diferentes ámbitos, la posición de Perú en el 2002 ocupó el puesto 41 con una nota de 4.5, siendo 5 la calificación más baja, demostrando poca libertad.

Por otro lado, Halter, Coutinho y Halter (2009) relacionaron la transparencia corporativa con niveles de corrupción, encontrando que mientras mayor evaluación tenga una empresa respecto a sus prácticas de transparencia corporativa menos niveles de corrupción se presentan en la misma, posición similar a la de Klitgaard (1998) y Silva (1999) quienes indicaron que el crecimiento de la transparencia en los negocios es uno de los factores que podría combatir la corrupción. La relación entre transparencia y corrupción es importante ya

que la corrupción no es solo un problema moral si no también un obstáculo para el desarrollo y crecimiento en grandes partes del mundo (Persson, Tabellini & Trebbi, 2003). Si bien no existen muchas investigaciones respecto al tema, se encontró que Lindsted y Naurin (2010) realizaron un estudio empírico en 111 países con el objetivo de entender la relación entre la transparencia corporativa y la corrupción, indicando que la identificación de la transparencia por sí sola no tiene mayor valor si no que lo importante es la capacidad de actuar sobre la información disponible. Se reconoce que las medidas que se toman para aumentar la transparencia deben ir acompañadas de capacitaciones para poder usar la información oportuna y coherentemente y así confirmar los efectos positivos que podrían traer en relación a la lucha contra la corrupción. Para esto detallan dos conceptos indispensables de entender individualmente para no sacar conclusiones incorrectas: la divulgación y la rendición de cuentas. La divulgación juega un rol importante al representar un medio que genera alcance de información hacia el público y la rendición de cuentas responde a la necesidad de generar un mecanismo sancionador si es que la información no es transparente y es liderada por funcionarios corruptos. En el estudio se demostró que la transparencia puede reducir la corrupción siempre que sea controlada democráticamente y que las condiciones para la divulgación y rendición de cuentas sean lo suficientemente fuertes. Adicionalmente se debe tomar en cuenta que cuando la transparencia es controlada internamente es menos efectiva que cuando son entidades externas quienes ponen las normas. Por último y en relación con el nivel de desarrollo en el Perú, se encontró que en los países de bajos niveles de educación, bajo alcance de medios y en sistemas semidemocráticos, las mejoras en transparencia deben ir acompañadas de reformas para fortalecer la capacidad de las personas para acceder y procesar información así como imponer sanciones con el fin de lograr una reducción sustancial de la corrupción.

Wilhelm (2002) indicó que existen tres variables asociadas al índice de percepción de corrupción; la actividad de mercado negro, la sobreabundancia de regulación y la innecesaria restricción con las actividades comerciales. Se realizó un estudio en 85 países donde se evidenciaron grandes brechas en relación a la burocracia de ciertos procesos, por ejemplo, en algunos países solo con un correo electrónico se puede abrir una empresa mientras en otros la cantidad de requisitos y documentos que se solicitan presentan barreras y pérdidas de oportunidades privando la competencia transparente y fomentando la corrupción. Es así que se encontró una relación entre la corrupción y los países que presentan alta informalidad, altas barreras burocráticas y obstáculos para hacer nuevos negocios. Por otro lado, se pudo evidenciar la consecuencia principal de la corrupción teniendo un efecto negativo en las economías de los países y relación con el producto interno real per cápita.

Algunos avances tangibles en relación con la valoración de la transparencia corporativa son los reportes de sostenibilidad ya que expresan un interés en poner a disposición información relevante del negocio. A través de este documento las empresas comunican su desempeño respecto a tres dimensiones: ambiental, social y financiero (Trujillo, Trujillo & Guzmán, 2010). Rizo Patrón (2017) indicó que el reporte de sostenibilidad es la herramienta principal que tiene como objetivo exponer la gestión de sostenibilidad de las empresas teniendo como principales atributos su disponibilidad, considerando información relevante, confiable y de calidad para los grupos de interés. Rizo Patrón (2017) se refirió también a un estudio realizado por Klynveld Peat Marwick Goerdeler (KPMG) en el 2013 donde se levantó que el 71% de las 4,000 empresas encuestadas a nivel mundial ya contaban con un reporte de sostenibilidad creciendo en 7% en relación al 2011. Concluyó que las buenas prácticas de transparencia, la gestión de impactos sociales y ambientales y los avances relacionados con la innovación son elementos atractivos para reforzar la credibilidad con los *stakeholders* y aportar al óptimo desarrollo de los negocios.

Por otro lado, en materia de transparencia y gobierno corporativo se ha visto un importante avance en los últimos años, especialmente en las cuatro economías más importantes de Latinoamérica, quienes concentran la mayor parte de la capitalización bursátil: Argentina, Brasil, Chile y México, demostrando que Latinoamérica se ha adherido de forma voluntaria a las prácticas y políticas de gobierno corporativo para cubrir parcialmente la deficiencia legal que opera en el entorno (del Carmen & Saavedra, 2015). Así, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OECD) emitió en 1999, los “Principios de la OECD para el Gobierno de las Sociedades”, convirtiéndose desde entonces en referencia internacional para el gobierno corporativo y la base para diversas iniciativas de reforma, tanto gubernamentales como del sector privado (OECD, 2004). El creciente interés público en la transparencia corporativa ha sido reflejado en la nueva regulación emitida por diferentes organismos internacionales, así, se encuentran los principios de buen gobierno propuestos por la OECD en 2004, entre los cuales destaca el de divulgación de datos y transparencia. En el caso de Latinoamérica se han tomado como referencia los principios de buen gobierno y los requerimientos mínimos de divulgación de información emitidos por la OECD, así como los contenidos en los códigos de mejores prácticas corporativas. Asimismo, una ley que ha sido un referente en diferentes países y que recoge la normativa en relación a la importancia de la tecnología, y en especial de internet, para el gobierno corporativo, es la Ley de Sabarney Oxley, en cuya sección 409 establece la obligación de que las compañías informen en tiempo real de los hechos que afecten significativamente su posición financiera y económica.

Por último, Atkin (1999) enfatizó en que la transparencia es un concepto que está inmerso dentro de la ética, la sociedad actual no confía en el cumplimiento de las normas por lo que las instituciones relacionadas con la religión, medicina y gobierno están siendo cada vez más cuestionadas acerca de su influencia, responsabilidad, credibilidad y liderazgo.

Mandela (2015) afirmó que, pasada la crisis económica del 2008, los estadounidenses abogaron por la transparencia para disuadir al gobierno y al sector privado de la mala gestión económica y las prácticas poco éticas. Al sintetizar una amplia gama de fuentes académicas, el investigador confirmó que la transparencia fomenta el comportamiento ético; sin embargo, la motivación corporativa hacia una ética mejorada no es explicada por una mayor moralidad o intento de recuperar la fe pública. La sociedad está demandando y presionando a los gobiernos y organizaciones la implementación de políticas transparentes, por lo que la transparencia hoy ya no es más una opción. A pesar de que existe gran preocupación sobre el crecimiento de la corrupción y la falta de importancia que le asignan los líderes de las compañías a los temas éticos (Bushman et al., 2004), y sumando los acercamientos con medidas de medición de transparencia y corrupción, los académicos aún no han encontrado un índice de corrupción transversal a todas las industrias que sea válido en el mercado global.

1.2. Problema de Investigación

La necesidad de ejercer buenas prácticas de transparencia corporativa se ha ido incrementando por lo que es importante que las corporaciones se preparen y se sumen a las iniciativas de abastecer con información relevante a quien lo solicita o tiene el interés de alimentarse con mayores alcances de determinada organización. La creciente demanda de los *stakeholders* hacia las empresas por información transparente, clara y abierta responde a la necesidad de mitigar la corrupción por lo que la creación de un modelo de medición de transparencia corporativa se presenta como una oportunidad. El desarrollo de nuevas tecnologías que permiten mayor acceso a información y a la vez a las características de las nuevas generaciones donde predomina la curiosidad y exigencia para elegir a sus marcas y empresas favoritas se suman a este desafío. Como ya se ha mencionado, en el Perú grandes organizaciones han sido denunciadas por casos de corrupción involucrando a funcionarios del gobierno y en relación a los grupos de interés hay gran exigencia de información. La suma de

estas variables genera un problema de corrupción en el país por lo que el modelo propuesto como resultado de la presente investigación calificará el nivel de transparencia de las empresas buscando combatirla.

1.3. Propósito de la Investigación

La presente investigación tiene como propósito desarrollar un modelo medición de transparencia corporativa y validar la propuesta en la industria de banca comercial en el Perú. Los objetivos específicos son: (a) definir el concepto de transparencia corporativa, (b) proponer las dimensiones que se deben considerar al medir la transparencia corporativa, (c) proponer las variables e indicadores que se deben considerar en cada dimensión al medir la transparencia corporativa, (d) desarrollar y validar un instrumento que mida la transparencia corporativa y (e) probar el instrumento en la industria de la banca comercial en Perú.

La investigación responde a las siguientes preguntas: (a) ¿Cuáles son los principales componentes de la transparencia corporativa?, (b) ¿Es posible realizar un modelo de transparencia corporativa? y (c) ¿Es posible aplicar un modelo de transparencia corporativa en la industria de la banca comercial en el Perú?

1.4. Definiciones Operacionales

En esta sección se definirán los conceptos, términos y variables principales que conforman la investigación.

Transparencia corporativa: la presente investigación considerará principalmente la definición de transparencia corporativa de Bushman et al. (2004) quienes proponen que la transparencia debe estar asociada con la correcta difusión y acceso a la información, además debe buscar producir, recopilar, validar y difundir información a los grupos de interés de la organización. Afirmaron que la transparencia corporativa es la disponibilidad generalizada de información relevante y confiable sobre el rendimiento periódico, el desempeño

financiero, las oportunidades de inversión, la gobernanza, el valor y el riesgo de las empresas. A esta definición de transparencia corporativa, que, si bien es bastante completa, se propone agregar énfasis en la divulgación de información relevante para un grupo de interés fundamental que son los colaboradores, a través de conceptos relacionados con la responsabilidad social, dimensión social y lucha anticorrupción.

Dimensiones de la transparencia corporativa: se refiere a las áreas que incluirá el modelo que se proponga considerando su relevancia y aporte a la medición.

VARIABLES DE LA TRANSPARENCIA CORPORATIVA: se refiere a los temas que conformarán cada una de las dimensiones propuestas en el modelo.

Indicadores de la transparencia corporativa: se refiere a los elementos o a las evidencias que responden al comportamiento de cada variable permitiendo su medición.

1.5. Supuestos de la Investigación

Los supuestos relacionados a la presente investigación están relacionados con asumir que la información obtenida en ambientes públicos y plataformas digitales, así como información obtenida de personajes relevantes y conocedores de la industria de la banca comercial en Perú son fiables y certeros. También se asume que los académicos que aportaron a la validación de la herramienta propuesta la revisaron a profundidad aportando con observaciones que generen valor a la investigación. Por otro lado, se considera que existe valor al medir la transparencia corporativa considerando que será de interés transversal y que aportará al desempeño de las organizaciones.

1.6. Limitaciones

Las principales limitaciones del estudio son: (a) limitaciones al obtener información pública de las empresas de la industria y (b) la veracidad de la información en los informes ya que nuestra investigación no tendrá un alcance de auditoría.

1.7 Delimitaciones

Las delimitaciones del estudio son: (a) el modelo será validado en empresas formales de la industria de la banca comercial en Perú; (b) el modelo será validado en las empresas que cotizan en Bolsa de Valores por la disponibilidad de la información; (c) el modelo propuesto de medición de transparencia corporativa estará enfocado a la siguiente definición: la transparencia corporativa es la divulgación de información sensible y fiable de la firma a disposición de sus grupos de interés y la sociedad en su conjunto con relación al giro del negocio, estructura y proceso de la junta directiva, estructura financiera, gobierno corporativo, responsabilidad social empresarial, dimensión social y políticas de anticorrupción.

1.8. Resumen del Capítulo

El desarrollo de un modelo de medición de transparencia corporativa que pueda ser aplicado a empresas en Perú se presenta como una necesidad y oportunidad de generar mayor valor. La desconfianza de los *stakeholders* o crisis de reputación general en las empresas afectan en su desempeño financiero y en el mismo valor de marca, razón por la cual quienes lideran las organizaciones deben tener como prioridad incentivar buenas prácticas y generar barreras contra la corrupción a través de la transparencia de la información. Sin embargo, hoy en día solo a las empresas que cotizan en bolsa se les exige compartir información sobre el desempeño del negocio y la operación en general presentándose como una limitación importante. Escándalos públicos de los últimos años relacionados con empresas privadas como Odebrecht o Graña y Montero o con agentes públicos como el caso Lavajato pusieron en evidencia altos niveles de corrupción en el país sumando a la demanda de información transparente.

En este contexto, la presente investigación busca aportar con un modelo de medición de transparencia corporativa para que las empresas puedan medir sus niveles de transparencia

pudiendo compararse con competidores y también midiendo su evolución, siempre considerando las diferencias de cada sector. La investigación presenta ciertas limitaciones relacionadas con el tiempo del estudio, la disponibilidad de información, veracidad de información previa y segmentación a un grupo de empresas donde se podrá aplicar, sin embargo, se considera como un valioso aporte para mitigar los riesgos que traen consigo la corrupción y elevar el valor de las empresas.



Capítulo II: Revisión de la Literatura

El presente capítulo expone la revisión de literatura sobre transparencia corporativa. Los aspectos revisados han sido estructurados en: (a) definición de conceptos relevantes para el estudio, incluye transparencia corporativa, gobierno corporativo, responsabilidad social empresarial, dimensión social, corrupción y divulgación de información, y (b) modelos de medición existentes que servirán como base para la creación del modelo de medición propuesto en la presente investigación. Los conceptos de transparencia corporativa y conceptos relacionados convergen en algunos aspectos por lo que se considera válido incluirlos como sustento a la definición de transparencia corporativa que guía la presente investigación. Sobre los modelos de medición de transparencia, se revisaron nueve modelos, algunos aplicados a nivel mundial y otros por región o país, por otro lado, algunos miden el nivel de transparencia por empresa y otros generan indicadores por país. En el caso de Perú, si bien no existe un modelo de medición de transparencia exclusivo, la Ley 27806 referente a la transparencia y acceso a la información pública y el Código de Buen Gobierno Corporativo son acercamientos para la búsqueda de transparencia en las organizaciones. En la Figura 1 se muestra el mapa de la revisión de literatura.

Para acceder a esta información se revisaron distintas plataformas virtuales y bases de datos como EBSCO, ProQuest y Scopus, así como bibliografía impresa en la Biblioteca de la Pontificia Universidad Católica del Perú y portales de internet especializados asegurando la autenticidad de la información.

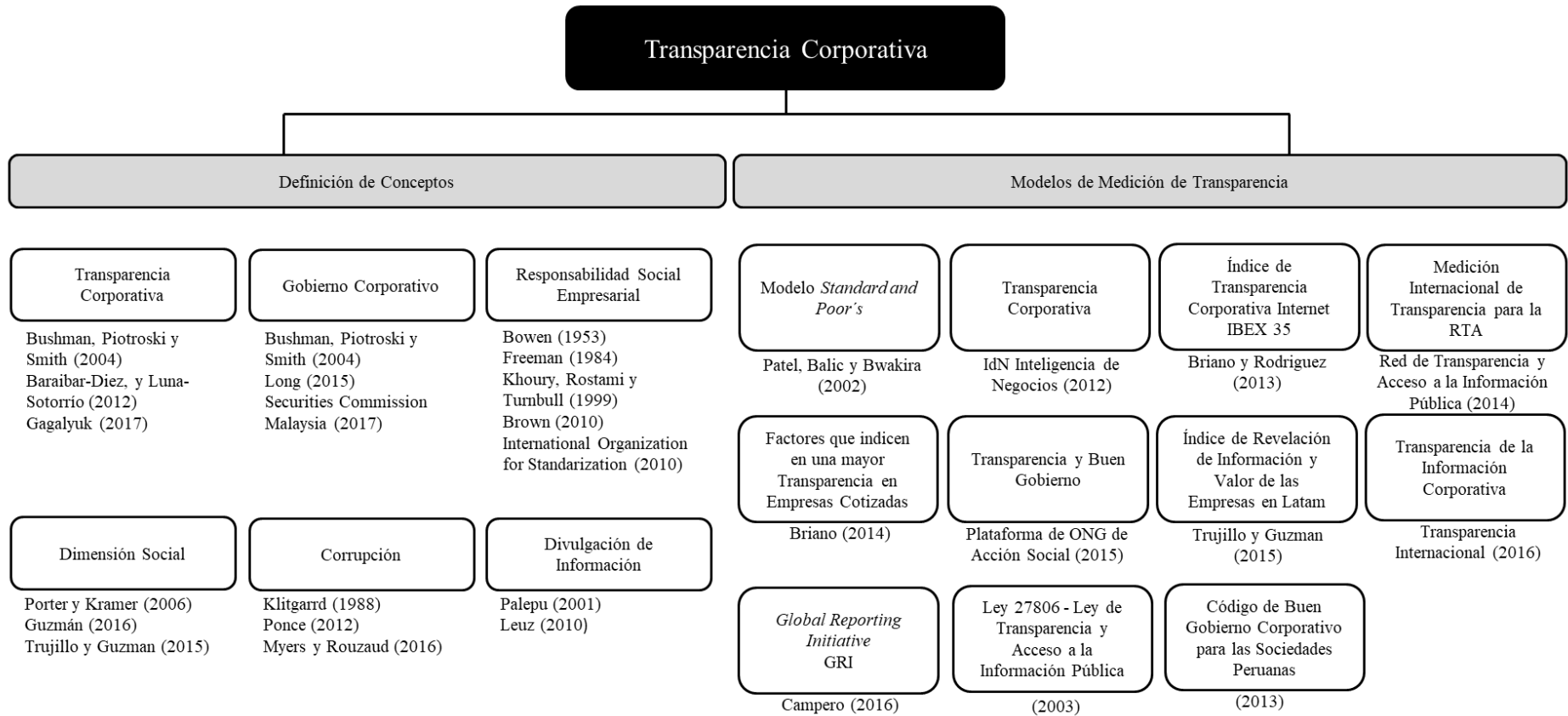


Figura 1. Mapa de la revisión de literatura.

2.1. Definición de Conceptos

2.1.1 Definición de transparencia corporativa

Bushman et al. (2004) afirmaron que la transparencia corporativa es la disponibilidad generalizada de información relevante y confiable sobre el rendimiento periódico, el desempeño financiero, las oportunidades de inversión, la gobernanza, el valor y el riesgo de las empresas que cotizan en bolsa. Conceptualizaron la transparencia corporativa en el marco de un sistema multifacético cuyos componentes colectivamente producen, recopilan, validan y difunden información a los participantes del mercado fuera de la empresa, demostrando una definición muy enfocada en la divulgación de información financiera y desempeño del negocio hacia el accionista. Identificaron componentes que construyen la transparencia corporativa, en la Tabla 1 se presenta un esquema donde se evidencian tres grupos de información: reportes corporativos, adquisición de información privada y comunicación, y difusión de la información.

Sobre la información que consideran Bushman et al. (2004) se debe incluir en los reportes corporativos, la intensidad de la divulgación, según *Center for International Financial Analysis and Research* (CIFAR) supone la entrega de datos anuales generales como estado de resultados, balance general y estado de flujo de efectivo, normas de contabilidad, datos de existencias, información de gobierno y artículos especiales. La divulgación financiera se refiere a los informes corporativos periódicos voluntarios u obligatorios relacionados con investigación y desarrollo indicando gastos, gastos de capital, información del producto y segmento geográfico, información subsidiaria y métodos contables.

Tabla 1

Componentes de transparencia corporativa

I. Reportes operativos	II. Comunicación de información privada sobre adquisiciones	III. Difusión de la información
Intensidad de la divulgación (CIFAR)	La comunicación es:	Canales de medios Penetración
Divulgación financiera	Directa (Reportes)	Indirecta (Comercio)
Segmentos, I+D, Gastos de capital, políticas de contabilidad, subsidiarias	Análisis financiero	Inversores institucionales
Divulgación del gobierno		
Principales Accionistas, gerentes, junta, director y remuneración oficial, director y participación accionaria.		
Principios contables		
Medida: Consolidación, reservas discrecionales		
Cronología de la divulgación		
Frecuencia de reportes, consolidación de reportes provisionales, número de partidas reveladas		
Credibilidad de las divulgaciones		
Porcentaje auditado por las cinco firmas más importantes de contabilidad		

Nota. Adaptado de "What determines Corporate Transparency?," R. M. Bushman, J. D. Piotroski, y A.J. Smith, 2004, *Journal of accounting research*, 42(2), 207-252.

También se considera relevante la información sobre el gobierno de la empresa, la identidad de los gerentes, de los miembros del consejo, la remuneración de los funcionarios y directores, así como compartir información sobre la propiedad de los directores y empleados, identidad de los principales accionistas, y el resto de los participantes. Para estandarizar la información contable entre diferentes países se propuso una variable de medida estándar para realizar una medición equitativa. Sobre la puntualidad de las divulgaciones se considera que aumenta con la frecuencia y la exhaustividad al compartir informes, mientras que la credibilidad de la información compartida se relaciona con las revelaciones contables

financieras. Con relación a la adquisición de información privada y comunicación se considera que se debe medir de forma directa con informes internos realizados por analistas financieros y de forma indirecta a través de inversionistas institucionales dentro del comercio. Por último, la difusión de la información se debe evidenciar por canales bien estructurados para asegurar el correcto flujo de comunicación sin impedir el acceso a los interesados asegurando su penetración.

Otros autores también otorgaron una definición a transparencia corporativa, como Durnev, Errunza y Molchanov (2009) quienes mencionaron que la transparencia corporativa está determinada por un conjunto de mecanismos de mercado que proporciona la adquisición y el procesamiento de la información por parte de los inversores, una estructura de mercado que aumenta el contenido de la información para consumidores y proveedores, y hace que el contrato entre las partes económicas sea más eficiente (citado por Baraibar-Diez, Odriozola y Fernández, 2017), evidenciando una definición donde se involucran *stakeholders* como consumidores y proveedores para quienes también es relevante recibir información por parte de las empresas con las que tienen contacto. Vaccaro y Sison (2011) propusieron una definición más genérica indicando que la transparencia corporativa está asociada a la difusión de la información sobre individuos, organizaciones y la sociedad en general (citado por Baraibar-Diez, Odriozola y Fernández, 2017). Por otro lado, Gagalyuk (2017) afirmó que al tener en cuenta las necesidades del inversionista y público en general para la obtención de la información específica de la empresa, es vital considerar el concepto de transparencia corporativa de manera holística indicando que un enfoque más integrado puede tener un número de implicancias cruciales para todos los *skateholders* de la organización.

En la Tabla 2 se presenta un resumen de las definiciones de transparencia corporativa.

Tabla 2

Definiciones de Transparencia Corporativa

Definición Transparencia Corporativa	Fuente
La transparencia corporativa es la disponibilidad generalizada de información relevante y confiable sobre el rendimiento periódico, el desempeño financiero, las oportunidades de inversión, la gobernanza, el valor y el riesgo de las empresas que cotizan en bolsa.	Bushman, R. M., Piotroski, J. D., & Smith, A. J. (2004). What determines corporate transparency?. <i>Journal of accounting research</i> , 42(2), 207-252. doi:10.1111/j.1475-679X.2004.00136.x
La transparencia corporativa está determinada por un conjunto de mecanismos de mercado que proporciona la adquisición y el procesamiento de la información por parte de los inversores, una estructura de mercado que aumenta el contenido de la información para consumidores y proveedores, y hace que el contrato entre las partes económicas sea más eficiente.	Baraibar-Diez, E., & Luna-Sotorrió, L. (2012). Transparencia social e hipótesis del impacto social. <i>Análisis en el IBEX35. Universia Business Review</i> , (36), 108-123.
La transparencia corporativa está asociada a la difusión de la información sobre individuos, organizaciones y la sociedad en general.	Baraibar-Diez, E., & Luna-Sotorrió, L. (2012). Transparencia social e hipótesis del impacto social. <i>Análisis en el IBEX35. Universia Business Review</i> , (36), 108-123.
Al tener en cuenta las necesidades del inversionista y público en general para la obtención de la información específica de la empresa, es vital considerar el concepto de transparencia corporativa de manera holística.	Gagalyuk, T. (2017). Strategic role of corporate transparency: the case of Ukrainian agroholdings. <i>International Food & Agribusiness Management Review</i> , 20(2), 257. doi:10.22434/IFAMR2016.0055
Los componentes que construyen la transparencia corporativa se pueden agrupar en: reportes corporativos, adquisición de información privada y comunicación y difusión de la información.	Bushman, R. M., Piotroski, J. D., & Smith, A. J. (2004). What determines corporate transparency?. <i>Journal of accounting research</i> , 42(2), 207-252. doi:10.1111/j.1475-679X.2004.00136.x

2.1.2 Definición de gobierno corporativo

Bushman y Smith (2003) indicaron que las estructuras de gobierno corporativo sirven para asegurar que los accionistas minoritarios reciban información fiable sobre el valor de las empresas y que los directivos y grandes accionistas no hagan trampas en relación al valor de sus inversiones. Indicaron que el compartir información del negocio también aporta en motivar a los gerentes a maximizar el valor de la empresa en lugar de perseguir objetivos personales, sin embargo la práctica de mantener un régimen de información financiera involucra recursos económicos por lo que algunas empresas deciden prescindir de ello

cuando no aplica en ellas de forma exigible. Long (2015) definió el gobierno corporativo como las estructuras, políticas y procedimientos a través de las cuales una empresa se gobierna a sí misma, ya que cuando no existen controles internos definidos y aplicados las empresas son más vulnerables al error, la negligencia, la malversación y el fraude, como el caso del gigante *Internacional Maxwell Communications* quienes entraron en bancarrota debido a un fraude sistémico perjudicando los intereses de miles de colaboradores y accionistas. A partir de este hito en los años 90 nace la necesidad de acuñar las mejores prácticas para el gobierno corporativo en aras de restaurar la confianza de los inversores y asegurar la salud de la gran empresa. En esta misma época, como consecuencia de la globalización, muchas empresas se convirtieron en organizaciones internacionales operando bajo las leyes de múltiples países, teniendo dispersos su centro de toma de decisiones y volviéndose en corporaciones difíciles de manejar y gobernar, donde la necesidad de políticas de gobierno corporativo que rijan a nivel global cobra mayor relevancia. El informe del Comité sobre Aspectos Financieros del Gobierno Corporativo (1992), más conocido como el Informe Cadbury, seguido por los Principios de Gobierno Corporativo (2004) de la OECD, respondería a esta necesidad intentando codificar las mejores prácticas sobre gobierno corporativo.

Asimismo, *Securities Commission Malaysia* (2017) indicó que el gobierno corporativo se define como el proceso y estructura usados para dirigir y gestionar los negocios y asuntos de la empresa que la lleven a alcanzar la prosperidad y la responsabilidad corporativa teniendo como objetivo tanto el valor del accionista en el largo plazo como el beneficio de otros grupos de interés. Se considera que el gobierno corporativo no solo otorga el marco de mecanismo de control que brinda soporte a la empresa en alcanzar sus metas, sino también previene conflictos no deseados, además el comportamiento ético, la responsabilidad, la transparencia y la sustentabilidad se consideran sumamente importantes

para la gestión empresarial y por ende del capital del inversionista, por lo que las firmas que abrazan estos principios gozan de mayor probabilidad de crear valor a largo plazo que aquellas que prescinden de ellas. Al revisar las definiciones sobre gobierno corporativo, se puede concluir que el principal desafío es un problema económico que se da de forma transversal en muchos mercados e industrias entre los propietarios y quienes dirigen las empresas, con el cuestionamiento de cómo hacer para que quien lidera la operación sea transparente y trabaje por la empresa y no por fines personales, es por eso que los inversionistas antes de ingresar a una negocio demandan información sobre la operación y sus líderes, representando una oportunidad tener buenas políticas de gobierno corporativo para atraer mayor inversión.

En la Tabla 3 se presenta un resumen de las definiciones de gobierno corporativo.

Tabla 3

Definiciones de Gobierno Corporativo

Definición Gobierno Corporativo	Fuente
El gobierno corporativo se define como el proceso y estructura usados para dirigir y gestionar los negocios y asuntos de la empresa que la lleven a alcanzar la prosperidad y la responsabilidad corporativa teniendo como objetivo tanto el valor del accionista en el largo plazo como el beneficio de otros grupos de interés. El gobierno corporativo no solo otorga el marco de mecanismo de control que brinda soporte a la empresa en alcanzar sus metas, sino también, previene conflictos no deseados.	Securities Commission Malaysia (2017). The Malaysian Code on Corporate Governance. Retrieved from www.sc.com.: https://www.sc.com.my/wp-content/uploads/eng/html/cg/mccg2017.pdf
El gobierno corporativo representa las estructuras, políticas y procedimientos a través de las cuales una empresa se gobierna a sí misma. Cuando no existen controles internos definidos y aplicados, las empresas son vulnerables al error, la negligencia, la malversación y el fraude	Long, J. (2015). Corporate Governance. Research Starters: Business.
Las estructuras de gobierno corporativo sirven para asegurar que los accionistas minoritarios reciban información fiable sobre el valor de las empresas y que los directivos y grandes accionistas no hagan trampas en relación al valor de sus inversiones. El compartir información del negocio también aporta en motivar a los gerentes a maximizar el valor de la empresa en lugar de perseguir objetivos personales.	Bushman, R. M., & Smith, A. J. (2003). Transparency, financial accounting information, and corporate governance.

2.1.3 Definición de responsabilidad social empresarial

Marquina, Garriga, Velásquez, Cabrera, Fuertes, Avolio y Aguila (2016) indicaron que el concepto de responsabilidad social empresarial ha sufrido una serie de cambios en el transcurso de los años y a la fecha no existe una única definición. En sus inicios el concepto se confundía con filantropía empresarial, donde los empresarios donaban recursos de la empresas a buenas causas sociales, artísticas, culturales, sociales dependiendo de sus preferencias o motivaciones, sin tomar en cuenta el impacto económico en la empresa (Jacoby, 1997). Es con el surgimiento de la obra *Social Responsibilities of the Businessman* donde surgen las primeras definiciones de responsabilidad social, considerando que los empresarios deben aceptar y aplicar una serie de compromisos éticos, que incluyen el honrar sus promesas, proteger la vida y salud de los trabajadores, evitar engaños, etc., para fomentar que asuman responsabilidad, a pesar de que el marco legal no lo exigía, considerando que en ese entonces la responsabilidad social recaía en el empresario y no sobre la empresa (Bowen, 1953). Freeman (1984) en su obra *Strategic management: a stakeholder approach*, indicó que la responsabilidad social cuenta con responsabilidades económicas, legales, financieras y filantrópicas orientadas hacia los grupos de interés relevantes, como empleados, proveedores, clientes y la comunidad local, que pueden verse afectados con los objetivos y la operación de la organización.

Por otro lado, Khoury, Rostami y Turnbull (1999) coligieron que la responsabilidad social corporativa es la relación de la empresa con todos sus grupos de interés incluyendo clientes, empleados, comunidades, propietarios o inversionistas, gobierno central, proveedores y competidores, sus elementos incluyen inversión en la comunidad, relaciones laborales, creación y mantenimiento de empleo, manejo ambiental y desempeño financiero. Brown (2010) definió la RSE como el comportamiento que las empresas toman voluntariamente contribuyendo al desarrollo económico de la sociedad a través del enriquecimiento de la

calidad de vida, favoreciendo a largo plazo en los intereses de la empresa. Por último, la RSE es “la responsabilidad de las decisiones y actividades de una organización en la sociedad y el medio ambiente, debiendo contar con un comportamiento ético y transparente que contribuye al desarrollo sostenible, tomando en consideración a las partes interesadas, así como cumpliendo con la legislación vigente, integrándola en la organización” (International Organization for Standardization, 2010, p.5). En la Tabla 4 se presenta un resumen de las definiciones de responsabilidad social empresarial.

Tabla 4

Definiciones de Responsabilidad Social Empresarial

Definición Responsabilidad Social Empresarial	Fuente
La responsabilidad social se considera como los compromisos éticos que los empresarios tienen para cumplir sus promesas con aspectos como: proteger la vida y salud de los trabajadores, evitar engaños, sin que el marco legal lo exija, siendo la responsabilidad del empresario.	Bowen, H.R (1953). <i>Social Responsibilities of the businessman</i> . New York, NY: Harper & Row.
La responsabilidad social son las responsabilidades económicas, legales, financieras y filantrópicas orientadas hacia los grupos de interés relevantes como: empleados, proveedores, clientes y la comunidad local que pueden verse afectados con los objetivos que tienen la organización.	Freeman, R.E (1984). <i>Strategic management: A stakeholder approach</i> . Boston, MA: Pitman Publishing.
La responsabilidad social corporativa es la relación de la empresa con todos sus grupos de interés incluyendo clientes, empleados, comunidades, propietarios o inversionistas, gobierno central, proveedores y competidores. Los elementos de la responsabilidad social incluyen inversión en la comunidad, relaciones laborales, creación y mantenimiento de empleo, manejo ambiental y desempeño financiero	Khoury, G., Rostami, J., & Turnbull, P. L. (1999). <i>Corporate social responsibility: Turning words into action</i> . Conference Board of Canada.
La responsabilidad social empresarial se define como el comportamiento que las empresas toman voluntariamente contribuyendo al desarrollo económico de la sociedad a través del enriquecimiento de la calidad de vida, favoreciendo a largo plazo en los intereses de la empresa.	Brown Grossman, F. (2010). Los principios de la responsabilidad social empresarial. <i>Revista Economía Informa</i> (363), 103-104.
La RSE es la responsabilidad de las decisiones y actividades de una organización en la sociedad y el medio ambiente, debiendo contar con un comportamiento ético y transparente que contribuye al desarrollo sostenible, tomando en consideración a las partes interesadas, así como cumpliendo con la legislación vigente, integrándola en la organización.	International Organization for Standardization (ISO). (2010). <i>NTP-ISO26000:2010. Guía de responsabilidad social</i> . Recuperado de http://www.iso.org/iso/catalogue_detail?cs number=42546

2.1.4 Definición de dimensión social

Hace mención a aquellas variables internas relacionadas con los grupos de interés clave de las empresas que son los trabajadores. Incluye indicadores relacionados con el ambiente laboral y el bienestar, con el objetivo de confirmar el correcto relacionamiento con ellos (Trujillo & Guzman, 2015). Porter y Kramer (2006) mencionaron que los gerentes tienen la obligación de añadir valor social al actuar empresarial de tal manera que tenga un alcance mayor a lo que la regulación exige, en consecuencia, buscan el desempeño social en paralelo con las metas financieras (citado por Nason, Bacq & Gras, 2018). La dimensión social es un elemento de la responsabilidad social empresarial, que a través del área de recursos humanos en las empresas busca proyectar bienestar para los empleados, resultando clave en el aspecto social de las organizaciones, enrumbando su éxito, avalado en el ámbito interno, pesando y reconociendo a los empleados como seres humanos (Guzmán, 2016).

2.1.5 Definición de corrupción

La corrupción afecta la ética y moral pero también el desempeño de las empresas por lo que se considera necesario incluir políticas anticorrupción dentro de las empresas generando transparencia corporativa. Myers y Rouzaud (2016) afirmaron que la corrupción es un problema que aqueja a las naciones y ha llegado a un punto tal que su mal accionar tiene repercusiones sociales, económicas, políticas y empresariales que soslayan el crecimiento de la sociedad como ciudadanos de una aldea global. Klitgaard (1988) describió la corrupción como un crimen de cálculo y no un crimen pasional, es decir, es pensado y premeditado actuando con voluntad, por lo que considera la necesidad de incluir sistemas y políticas que regulen estos actos. La corrupción es “una mala administración o un mal gobierno doloso en el ejercicio de poderes públicos que no busca el interés general, sino el beneficio de una persona física o jurídica” (Ponce, 2012, p.100). Argandoña y Morel (2009) afirmaron, en tal sentido, que cuando la empresa le declara la lucha a la corrupción está apostando por la

sostenibilidad de sus operaciones en el largo plazo lo que va a garantizar el retorno de la inversión. En la Tabla 5 se presenta un resumen de las definiciones de corrupción.

Tabla 5

Definiciones de Corrupción

Definición Corrupción	Fuente
La corrupción es un problema que aqueja a las naciones y ha llegado a un punto tal que su mal accionar tiene repercusiones sociales, económicas, políticas y empresariales que soslayan el crecimiento de la sociedad como ciudadanos de una aldea global.	Myers, A. & Rouzaud, D. (2016). El sistema nacional anticorrupción. Estudios: Filosofía, Historia, Letras, (119), 135-159.
La corrupción es un crimen de cálculo y no un crimen pasional, es decir, es pensado y premeditado actuando con voluntad, por lo que considera la necesidad de incluir sistemas y políticas que regulen estos actos.	Klitgarrd, R. (1988). Controlling Corruption, Berkeley: University of California Press.
La corrupción es una mala administración o un mal gobierno dolosos en el ejercicio de poderes públicos que no busca el interés general, sino el beneficio de una persona física o jurídica.	Ponce, J (2012) “La prevención de la corrupción mediante la garantía del derecho a un buen gobierno y a una buena administración en el ámbito local en Anuario del Gobierno Local, nº1, pp. 100

2.1.6 Definición de divulgación de información

Palepu (2001) afirmó que la divulgación corporativa está determinada por la influencia de; (a) la regulación, (b) auditores, (c) decisiones de divulgación por parte de la gerencia, y (d) consecuencias de la divulgación en el mercado de capitales. Indicó que al tener los gerentes incentivos por la voluntaria divulgación de la información sus reportes podrían perder credibilidad y por otro lado, en algunos casos, las empresas divulgan más de lo que se les exige en un esfuerzo por dar señales de confiabilidad de la organización (citado por Weekes-Marshall, 2014). Leuz (2010) expresó que cuando la divulgación de la información es obligatoria se incurre en costos para producir, difundir y comprobar los datos, por lo que se debe tener cuidado con el grado de exigibilidad estableciendo límites ya que la plena o total divulgación podría frenar los incentivos de la empresa por innovar y podría amenazar su propio desarrollo (citado por Weekes-Marshall, 2014). Berglöf y Pajuste (2005) formularon posibles opciones para contrarrestar esto como mayores sanciones, fomentar la

inclusión de más accionistas minoritarios o promover que la intervención política aumente los requerimientos para la divulgación, ya que las empresas tienden a exponer su información solo cuando los resultados financieros son positivos y cuando el riesgo de beneficiar a la competencia es controlado. Por esto, la divulgación de información se muestra como una práctica positiva pero que debe considerar reglas necesarias para su control.

Es importante detallar que, si bien mediciones como el *Corporate Transparency Index* elaborado por el Banco Mundial ayudan a manejar una idea inicial sobre el desempeño de la transparencia corporativa en el Perú, tomando como evaluación empresas en el país, la medición tiene como objetivo entregar un ranking de países y no la evaluación detallada de cada organización. En el Apéndice A se indica el evolutivo de la calificación de países en el mundo en los últimos cinco años, incluyendo Perú, donde se usa una escala de calificación del cero al nueve, siendo cero la evaluación más baja, es decir, un país con baja transparencia corporativa y nueve siendo la calificación más alta. En el caso de Perú y de la mayoría de países evaluados no se evidencia variación durante los últimos cinco años, sin embargo Indonesia presenta una mejora en su evaluación, pasando de calificación 6 en los años 2013, 2014, 2015 y 2016 a 7 en el 2017. Emiratos Árabes refleja una fuerte evolución ya que mantuvo una calificación de 4 del 2013 al 2015 y elevó considerablemente su puntuación en el 2016 con 7 manteniendo esa calificación en la última evaluación en el 2017.

2.2. Modelos para Medir la Transparencia Corporativa

Sobre los modelos de medición de transparencia, como se menciona en la introducción de este capítulo, se revisaron nueve modelos, algunos aplicados a nivel mundial y otros por región o país, algunos miden el nivel de transparencia por empresa y otros generan indicadores por país. En el caso de Perú, si bien no existe un modelo de medición de transparencia, la Ley 27806 referente a la transparencia y acceso a la información pública y el Código de Buen Gobierno Corporativo son acercamientos para la búsqueda de transparencia

en las organizaciones. En la Tabla 6 se presenta un resumen de los modelos revisados, considerando el año, autores, país donde fue desarrollado, dimensiones y un comentario que responde a las ventajas y desventajas identificadas en cada uno, que servirán como aprendizaje para la propuesta del modelo de medición de transparencia que se propondrá como resultado de esta investigación.



Tabla 6

Resumen de Modelos de Medición de Transparencia Corporativa

Modelo	Año	Autor	País	Dimensiones	Comentario
Modelo <i>Standard and Poor's</i>	2002	Patel, S., Balic, A. & Bwakira, L.	Estados Unidos	Estructura de propiedad y derechos de los inversores Transparencia financiera y divulgación de información Estructura y proceso de la junta	Modelo enfocado en indicadores financieros aportando valor en información para los accionistas; sin embargo, no considera información relevante para otros grupos de interés. Solo se ha realizado una medición en el año 2002 y no se haya hecho un seguimiento para analizar la evolución de indicadores. Es un modelo válido de medición en empresas incluidas en mercados bursátiles, dejando fuera organizaciones que no cotizan en bolsas de valores.
Transparencia Corporativa	2012	IdN Inteligencia de Negocios	Chile	Presentación y Negocios Gobierno Corporativo Atención al Inversionista Información Financiera Sustentabilidad Herramientas	Enfoque prioritario en compartir información relevante para los accionistas con un detalle profundo en indicadores de valor para ellos. Cuenta con gran dispersión de indicadores. Se considera que las variables consideradas no son suficientes para atribuir la transparencia en las organizaciones pues faltan valoraciones relacionadas con la corrupción y otras como dimensiones sociales o información de valor hacia clientes.
Índice de Transparencia Corporativa Internet IBEX 35	2013	Briano G. & Rodriguez L.	España	Información corporativa Información financiera y relación con inversores Gobierno corporativo	Su característica principal es la exclusividad de recolección de información en plataformas digitales exigiendo a las empresas participantes de la medición a publicar sus datos en sus páginas web. Incluye variables sobre gobierno corporativo, pero no sobre anticorrupción. Presenta una delimitación a empresas que cotizan en el IBEX 35.
Modelo de Medición Internacional de Transparencia para la Red de Transparencia y Acceso a la Información Pública (RTA)	2014	Red de Transparencia y Acceso a la Información Pública	Chile	Recurso Proceso Resultado	Orientado a evidenciar el derecho de acceso a la información pública en cada país por lo que está basado en las leyes respecto a la exigibilidad de información. Demuestra el rol activo que deben tener los entes reguladores respecto al requerimiento de información. Promueve la participación activa de los voceros de cada país, pues ellos mismos dieron recomendaciones de las dimensiones y variables a medir definiendo un modelo consensuado.

Modelo	Año	Autor	País	Dimensiones	Comentario
Factores que inciden en una mayor transparencia de gobernanza corporativa en empresas cotizadas latinoamericanas	2014	Briano, G.	México	Sistema legal Gobierno corporativo Control	Considera el marco regulatorio de cada país, entendiendo que las leyes relacionadas con transparencia y divulgación de información tienen distintos grados de exigibilidad influyendo en el nivel de reportería obligatoria que se le demanda a cada empresa dependiendo del país de operación. La dimensión de sistema legal toma como indicador la calificación del país, más no a la empresa como unidad independiente, pudiendo beneficiar a empresas que no necesariamente cumplen con todas las exigencias y también castigar a otras que superan la media del país.
Transparencia y Buen Gobierno	2015	Plataforma de ONG de Acción Social	España	Órgano de gobierno y ejecutivo Misión, visión y valores Base social y apoyos Planificación y rendición de cuentas	Considera variables de índole social por las características del sector. Incluye variables relacionadas con la rendición de cuentas buscando dar visibilidad sobre el manejo de recursos. La calificación es sobre 100 y las organizaciones que obtienen una puntuación de 70 a más son consideradas como aprobadas.
Índice de Relevación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina	2015	Trujillo, M & Guzman, A.	Colombia	Junta directiva Resumen ejecutivo Información de la empresa Gobierno corporativo Responsabilidad social Informe económico Gestión de riesgos Dimensión social Responsabilidad con otros grupos de interés	Es uno de los modelos más completos, contempla los principios de gobierno corporativo desarrollados por la OECD (2015). Actualmente aplicado en empresas latinoamericanas pero podría extenderse a empresas en mercados más desarrollados en relación a la divulgación de información y transparencia corporativa, como Estados Unidos o Europa.
Transparencia de la Información Corporativa	2016	Transparencia Internacional	Alemania	Informes sobre programas anticorrupción Transparencia organizacional Informes país por país	Énfasis hacia la lucha anticorrupción y también en el informe que se desarrolla después de la evaluación indicando propuestas y tareas a distintos <i>stakeholders</i> . Este modelo solo es aplicable a multinacionales que operan en mercados emergentes, pequeñas o medianas industrias no participan de esta medición.

Modelo	Año	Autor	País	Dimensiones	Comentario
<i>Global Reporting Initiative</i>	2016	Campero, C.	Holanda	Económico Ambiental Sociales	Es el estándar más usado en el mundo permitiendo comparar información con empresas en mercados más desarrollados. No es un modelo de medición que permite tener una calificación, sino propone un modelo de reportería de información interna.
Ley 27806 - Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública	2003		Perú	Disposiciones generales Portal de transparencia Acceso a la información pública del Estado Transparencia sobre el manejo de las finanzas públicas Registro de la información de acceso restringido	Promueve la transparencia de las acciones del Estado y velar por el derecho a acceder a información pública. Las instituciones públicas o las que se encuentren vinculadas a estas deben poder contar con un portal de transparencia permitiendo que las entidades públicas compartan información relevante a través de internet.
Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas	2013		Perú	Derechos de los accionistas Juntas general de accionistas El directorio y la alta gerencia Riesgo y cumplimiento Transparencia de la Información	Modelo de buenas prácticas no solo para las empresas que se encuentran en el mercado bursátil, sino contando con un anexo orientado a las empresas familiares.

2.2.1 Standard & Poor's

Patel, Balic y Bwakira (2002) realizaron un estudio en 19 mercados emergentes para 354 empresas con el objetivo de indagar en la medición de transparencia y su divulgación, encontrando que los mercados emergentes asiáticos y de Sudáfrica tienen mayor grado de transparencia y de revelación de información que aquellos mercados emergentes de América Latina, Europa del Este y el Medio Oriente. La brecha entre los mercados emergentes asiáticos y sudafricanos se expandió a inicios del nuevo milenio en donde no encontraron diferencias significativas en los puntajes de transparencia y divulgación entre los sectores económicos. Sin embargo, en Brasil, Polonia, Sudáfrica, India, Tailandia y Corea los resultados de la investigación arrojaron diferencias según los sectores económicos con mayor capitalización de mercado invertible, en donde se estudió la relación entre los puntajes de transparencia y divulgación y las participaciones cruzadas para los seis mercados emergentes. También se analizaron las diferencias entre países y la tendencia en tres años encontrando que los mercados emergentes asiáticos y sudafricanos tienen una transparencia y divulgación significativamente mayor en comparación con los mercados emergentes de América Latina, Europa del Este y Medio Oriente, pudiendo deberse a las recientes crisis monetarias, bancarias y del mercado de valores. Los resultados sugieren que las empresas con mayor transparencia y divulgación se valoran más que las empresas comparables con menor transparencia y revelación. La investigación usó el modelo *Standard and Poor's* para medir el nivel de transparencia y divulgación de la información a partir de los informes anuales de una muestra de más de 1,600 grandes empresas en más de 30 países evaluando 98 posibles atributos de información divididos en tres dimensiones: (a) estructura de propiedad y relaciones con los inversores, (b) transparencia financiera y divulgación de información y (c) junta y estructura y proceso de gestión. El modelo mide 38 indicadores relacionados con la estructura de propiedad y relaciones con los inversores, 35 indicadores sobre transparencia

financiera y divulgación de información y otros 35 indicadores referentes a la junta y estructura de gestión y proceso. Ver apéndice A para revisar las dimensiones, variables e indicadores del modelo donde se podrá identificar el énfasis en medición de indicadores financieros reflejando el valor del resultado hacia el accionista.

Considerando que el estudio de Patel, Balic y Bwakira fue realizado en el año 2002, cuando la valoración de la transparencia no tenía la misma relevancia que hoy, se considera que es un modelo válido de aplicar; sin embargo, pierde significancia al no incluir información suficiente que hoy demandan otros grupos de interés en una organización. Esto puede explicar que solo se haya realizado una medición publicada en el año 2002 y no se haya hecho un seguimiento para analizar la evolución de indicadores. Por otro lado, es un modelo válido de medición en empresas incluidas en mercados bursátiles, quienes deben compartir la información de sus reportes anuales de desempeño de forma obligatoria, dejando fuera organizaciones que no cotizan en bolsas de valores. Por último, Perú no participa en la evaluación en este modelo.

2.2.2 Transparencia corporativa por Inteligencia de Negocios en Chile

Inteligencia de Negocios en Chile [IdN] (2012), definió un modelo de transparencia corporativa orientado a poder contar con un indicador que permita realizar *benchmarking* con las empresas globales con mejores resultados en transparencia corporativa del mundo. Este modelo permite revisar qué tan transparente es una empresa revisando si cuenta o no cuenta con información relevante como planes, visión, estrategias, etc., poniéndola a disposición de sus *stakeholders* en plataformas públicas. Para esto, se tomó información de todos los grupos de interés en función a la normativa vigente en economías desarrolladas, así como las recomendaciones brindadas por organismos internacionales. La investigación se basó en fuentes secundarias de acceso al público en general encontrándose la presencia o ausencia de los indicadores significativos que generan la formación de valor de la empresa de manera

confiable. Las dimensiones que se analizaron y midieron fueron seis: (a) presentación de la empresa y sus negocios, (b) gobierno corporativo, (c) información financiera, (d) servicios e información para el inversionista, (e) sustentabilidad y (f) herramientas (ver Apéndice A para detalles). Cada grupo de variables dentro de cada dimensión se ponderó de tal modo que, a mayor número de atributos, mayor ponderación. Asimismo, cada variable fue ajustada en función a la relevancia de la información llegándose a brindar una mayor ponderación a la información del accionista donde se puede hallar datos álgidos tales como la cotización de las acciones, servicio de alerta electrónica y pago de dividendos, entre otros, mientras la menor ponderación se le asignó a la dimensión herramientas. En la Figura 2 se puede observar la evolución desde el 2010, cuando la medición inició considerando 10 empresas y llegando contar con 42 al 2017 que cumplen con el estándar global de transparencia corporativa. Además, es importante mencionar que para la medición del 2017 se incluyen tres empresas que cuentan con más de 90 puntos y cuatro empresas que tienen mejor puntaje que la mejor empresa global. Dentro de los principales factores determinantes que son considerados por transparencia corporativa se encuentra las herramientas, presentación y negocios, información financiera, información al grupo de interés central, sostenibilidad y gobierno corporativo.

Este modelo de transparencia corporativa propuesto por Inteligencia de Negocios tiene un enfoque prioritario en compartir información relevante para los accionistas con un detalle profundo en indicadores de valor para ellos. Sin embargo, cuenta con gran dispersión de indicadores y esta sería una de las principales desventajas ya que se busca premiar a las empresas con mejores resultados para generar los estímulos necesarios para seguir mejorando los indicadores de transparencia. Por otro lado, se considera que las variables consideradas no son suficientes para atribuir la transparencia en las organizaciones pues faltan valoraciones

relacionadas con la corrupción y otras como dimensiones sociales o información de valor hacia clientes.

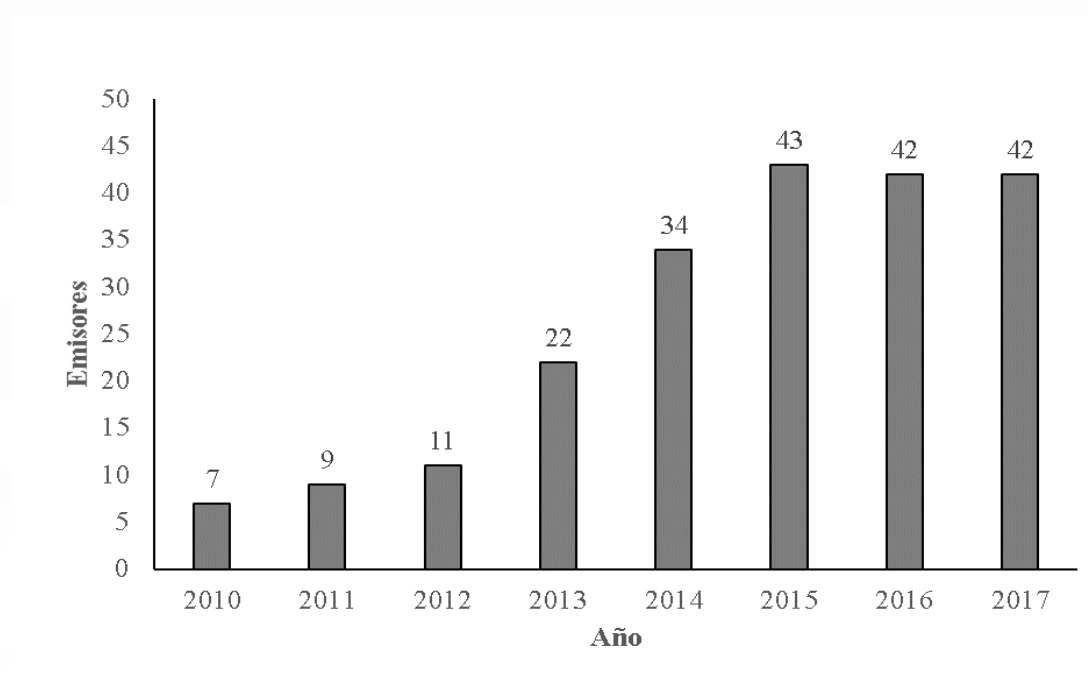


Figura 2. Sociedades abiertas transparentes. Tomado de “Transparencia Corporativa,” por Inteligencia de Negocios [IdN], 2017 (<http://www.transparenciacorporativa.cl/>).

2.2.3 Índice de transparencia corporativa internet en el IBEX 35

Briano y Rodríguez (2013) indicaron que la expansión y alcance de internet ha hecho que se considere como el medio más común donde las empresas comparten información debido a su bajo costo y facilidad de poder llegar en cualquier momento a sus *stakeholders*, por este medio las empresas buscan compartir información relevante ya sea financiera y/o corporativa. Briano y Rodríguez (2013) realizaron un estudio con el objetivo de proponer un índice de transparencia corporativa exclusivamente en internet ya que se plantea la recolección de información en los sitios web de las empresas, considerando las que cotizan en el IBEX 35, es decir, las empresas que representan un fuerte volumen de capitalización y además un fuerte potencial como inversionista en América Latina. Este modelo incluye el concepto de gobierno corporativo asignándole una dimensión, donde se propone la exposición del código de ética de la empresa, políticas e informes de gobierno corporativo,

asamblea de accionistas y comités de apoyo, buscando identificar variables que podrían influir en el índice de transparencia corporativa en internet, proponiendo un análisis de regresión múltiple. Adicionalmente incluye una dimensión relacionada con la información corporativa como el perfil de la empresa, estrategia, clientes, proveedores, etc. y otra dimensión financiera que considera variables como la información bursátil, rentabilidad, cotización en la bolsa de valores, códigos de ética, etc. Estas variables están compuestas por indicadores que ayudarán al instrumento a determinar qué grado de transparencia tiene en una escala de 1 al 100, la lista de variables se detalla en el Apéndice A del presente documento. En este modelo empleado por IBEX 35 se sugieren además variables como el tamaño de la empresa, ya que dependiendo de este indicador la expectativa del consumidor sobre el nivel de transparencia será mayor, la rentabilidad también influye en esta calificación ya que ayuda a generar en las empresas, a futuro, posibles contratos con otras compañías privadas o instituciones públicas. Otra variable a considerar es el nivel de deuda, sobre este se menciona que las empresas que cuentan con un nivel de endeudamiento elevado se vuelven menos transparentes, considerando de esta manera que le deben menos explicación a sus acreedores (Fuertes & Garcia, 2013). El siguiente factor es el sector donde se encuentra, diferenciándose debido a la inversión de capital, mano de obra, potencial de riesgo al medio ambiente o sensibilidad a posibles impactos medioambientales. En la Tabla 7 se puede observar los resultados de las principales variables al año 2010, donde se puede evidenciar una media de 0.8 como resultado de la evaluación de las tres dimensiones; (a) S1, información corporativa, (b) S2, información financiera y (c) S3, gobierno corporativo.

El índice de transparencia corporativa en el IBEX 35 tiene como principal diferencial su exclusividad de recolección de información en plataformas digitales exigiendo a las empresas participantes de la medición a publicar sus datos en sus páginas web. Este modelo también muestra una ventaja al incluir variables sobre gobierno corporativo como comités de

apoyo, comisión accionarial, derechos de accionistas minoritarios, etc. Sin embargo, el modelo también presenta algunas limitaciones, como su delimitación a empresas que cotizan en el IBEX 35 y la poca relación del modelo con índices de corrupción. Adicionalmente no considera información divulgada en otros canales de revelación como los informes de gestión o los informes de gobierno corporativo. Por último, esta investigación no ha considerado un análisis longitudinal que podría enriquecer los resultados.

Tabla 7

Estadísticos Descriptivos IBEX 35

	Media	Mediana	Desviación estándar	Máximo	Mínimo	N	%N
S1 (Información corporativa)	0.86	0.86	0.13	1.00	0.50	35	100
S2 (Información financiera)	0.91	0.89	0.04	1.00	0.89	35	100
S3 (Gobierno corporativo)	0.70	0.67	0.07	0.83	0.56	35	100
e-ITC	0.80	0.80	0.07	0.93	0.66	35	100
Tamaño del consejo	14.00	15.00	4.00	24.00	9.00	35	100
Independencia del consejo	0.42	0.40	0.16	0.80	0.08	35	100
Concentración de la propiedad	0.49	0.49	0.23	0.92	0.00	35	100
COB-CEO <i>No dualidad</i> <i>dualidad</i>							
Endeudamiento	0.73	0.73	0.19	0.96	0.31	35	100
Tamaño de la empresa	9.67	9.83	1.60	12.55	6.60	35	100
ROE	0.14	0.15	0.14	0.46	-0.37	35	100

Nota. Tomado de *Transparencia de la Información Corporativa en Internet de las Empresas del IBEX35* por G. Briano y L. Rodríguez, 2013, *Revista de Contabilidad y Dirección* Vol. 16, pp. 187-208.

2.2.4 Red de transparencia y acceso a la información pública

La Red de Transparencia y Acceso a la Información Pública (RTA) definió un modelo de medición internacional de acceso a la información pública a través de un instrumento aplicado entre los años 2014 y 2015 con el objetivo de medir aspectos vinculados a la política de transparencia y acceso a la información en cada país, considerando información cualitativa

como la coyuntura y contexto en el que cada uno se encuentra para poder entender con mayor profundidad los resultados obtenidos. Los países considerados fueron: Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Perú y Uruguay. Si bien inicialmente se consideraron más países solo se seleccionaron los que contaban con la información necesaria para participar de la medición de al menos una de las dimensiones y así no afectar el resultado. El modelo de medición considera dimensiones y subdimensiones complementadas con enunciados que tienen opción de respuesta binaria: sí=1 o no=0. Los resultados de cada país se evalúan en relación con una media regional, se consideran cuatro dimensiones: a) recurso, (b) proceso, (c) resultado y, (d) impacto, esta última dimensión no fue considerada en la medición por la falta de datos. Perú solo es considerado en la medición de la dimensión de recurso con la calificación más baja 5.26, mientras que la media de la región fue 8.32. Esta dimensión es la mínima que se puede considerar para poder evaluar la transparencia pública y acceso a la información en cada país. La dimensión de proceso, que mide al ente regulador como al regulado, y la dimensión resultado, que mide el rol de la política, no consideraron a Perú debido al inexistente reporte de datos. Perú no cuenta con un organismo regulador de transparencia ni acceso de información pública, tampoco con investigaciones relacionadas. En el Apéndice A se detallan las dimensiones, subdimensiones y preguntas del modelo.

Este modelo RTA está exclusivamente orientado a evidenciar el derecho de acceso a la información pública en cada país por lo que está basado en las leyes respecto a la exigibilidad de información que demanda cada gobierno pudiendo ser algunos más estrictos que otros; sin embargo, no mide el grado de transparencia. Este modelo demuestra el rol activo que deben tener los entes reguladores respecto al requerimiento de información. La ventaja principal del modelo es la participación activa de los voceros de cada país, pues ellos mismos dieron recomendaciones de las dimensiones y variables a medir definiendo un

modelo consensuado. Se realizaron dos talleres presenciales en Santiago de Chile y dos sesiones virtuales donde compartieron información llegando a definir el modelo final.

2.2.5 Factores que indiquen en una mayor transparencia en empresas cotizadas

Briano (2014) estudió los factores que inciden en una mayor transparencia de gobernanza corporativa en empresas cotizadas latinoamericanas en el periodo 2004 al 2010 encontrando que el sistema legal, el gobierno corporativo y sistemas de control afectan en el nivel de transparencia de las empresas. Los países que participaron fueron Argentina, Brasil, Chile y México consiguiendo una muestra final de 129 empresas en total. La información analizada fue la encontrada en las páginas web de las empresas e informes de desempeño financiero anual. Se hallaron muchas diferencias en la calificación respecto a los niveles de divulgación de información, pero se encontró que la mayoría de información compartida está relacionada con la ética y conflictos de interés. Variables como el sistema legal, las relacionadas con el consejo y auditoría, así como variables de control como el endeudamiento de la empresa, el sector y el año, afectan a los niveles de transparencia encontrados. Sin embargo, factores como la estructura de la propiedad, la dualidad COB-CEO, la participación femenina, la edad de la empresa y rentabilidad, no han sido relevantes para los resultados del estudio.

Este modelo que mide los factores que inciden en una mayor transparencia en empresas cotizadas en Latinoamérica presenta como mayor ventaja que considera el marco regulatorio de cada país, entendiendo que las leyes relacionadas con transparencia y divulgación de información tienen distintos grados de exigibilidad influyendo en el nivel de reportería obligatoria que se le demanda a cada empresa dependiendo del país de operación. Sin embargo, la dimensión de sistema legal toma como indicador la calificación del país más no a la empresa como unidad independiente, pudiendo beneficiar a empresas que no necesariamente cumplen con todas las exigencias y también castigar a otras que superan la

media del país. El indicador es tomado del Índice Mundial de Gobierno (WGI) publicado por el Banco Mundial una vez al año, integrando seis dimensiones de gobierno: (a) voz y rendición de cuentas, (b) estabilidad política y ausencia de violencia, (c) efectividad de gobierno, (d) calidad regulatoria, (e) estado de derecho, y (f) control de la corrupción, los detalles de los indicadores pueden revisarse en el Apéndice A del presente documento.

Kaufmann, Kraay & Mastruzzi (2011) afirmaron que el WGI permite realizar comparaciones entre países, analizar su evolución en el tiempo encontrando que existe una relación positiva hacia la transparencia corporativa. En la Figura 3 se puede observar la herramienta para revisar la puntuación de cada país en las tres primeras dimensiones tomando como análisis a Perú, Chile y Reino Unido.

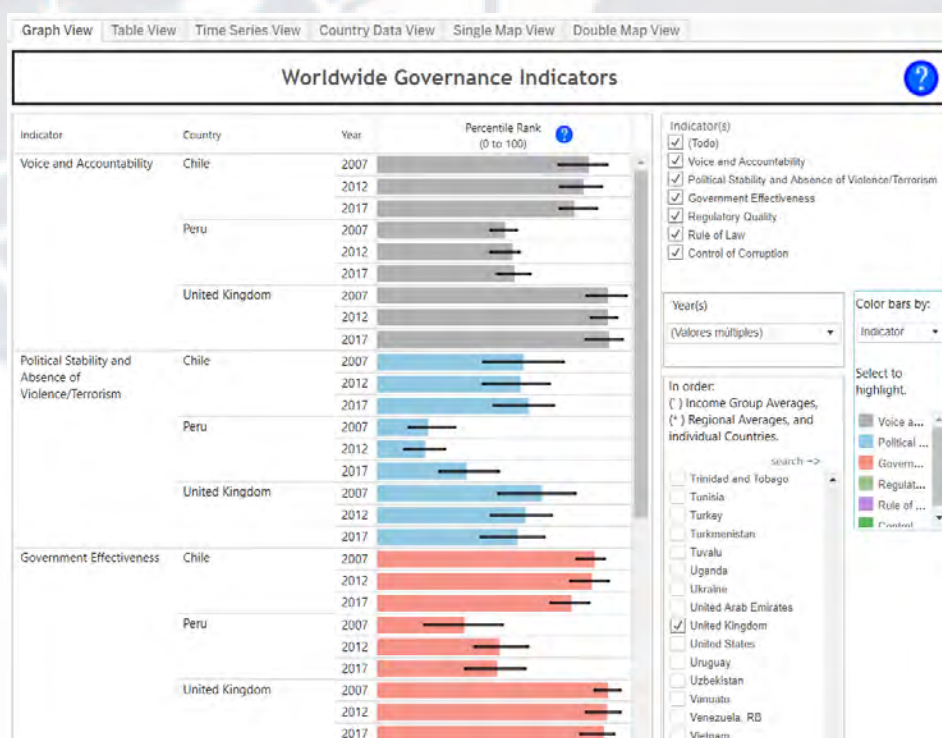


Figura 3. Indicadores mundiales de gobernanza.

Tomado de “Worldwide Governance Indicators,” por D. Kaufmann, A. Kraay y M. Mastruzzi, 2011 (<http://info.worldbank.org/governance/wgi/#reports>).

2.2.6 Transparencia y buen gobierno

La Plataforma de Organización No Gubernamental de Acción Social y Plataforma del Tercer Sector de España (2015) propuso un listado de indicadores de transparencia y buen gobierno con información recaudada entre los años 2006 y 2008. Las ONG incluidas en la Plataforma del Tercer Sector son las siete más representativas en España y buscan defender los derechos e intereses sociales principalmente de los ciudadanos que viven en situación de pobreza o posible exclusión social. La herramienta diseñada incluye indicadores relevantes para mantener un correcto nivel de transparencia y gobierno corporativo en una ONG considerando la facilidad en la aplicación y no incurrir en costos adicionales. Utiliza un sistema de ponderación donde se le asigna valores diferentes a cada variable dependiendo de su relevancia, las de mayor peso son: composición del gobierno, estatutos, conocimiento del respaldo social de la organización, planificación y rendición de cuentas. El modelo propone dos objetivos: (a) promover la transparencia y buen gobierno en las ONG de Acción Social y (b) aplicar esta herramienta con el fin de ejercer públicamente la aplicación de rendición de cuentas, así, se podrá llevar mejor control y aportará en la mejora continua en relación a la transparencia y buen gobierno. En el Apéndice A se detallan las dimensiones y variables sobre transparencia corporativa, para efectos de la presente investigación no se han considerado los indicadores sobre buen gobierno y sus dimensiones.

Este modelo de medición de transparencia incluye variables de índole social por las características del sector donde se aplicará que son ONG. La dimensión que incluye variables relacionadas con la rendición de cuentas busca dar visibilidad sobre el manejo de recursos ya que son organizaciones subvencionadas que deben expresar de dónde viene el dinero que reciben y su propuesta de cómo emplearlo, las principales obras en planificación y cómo integrarán los proyectos a su sistema. La calificación es sobre 100 y las organizaciones que obtienen una puntuación de 70 a más son consideradas como aprobadas y con la validación

vigente para los próximos dos años. Parece una calificación poco exigente, pero responde a la necesidad de hacer conocido el modelo, fomentar su uso a futuro y atraer mayor inversión y apoyo hacia las organizaciones que cuenten con el sello de aprobación.

2.2.7 Índice de revelación de la información y valor de las empresas en Latinoamérica

Trujillo y Guzman (2015) desarrollaron un modelo de revelación de información de empresas listadas en las seis bolsas más importantes de América Latina: Brasil, México, Chile, Colombia, Argentina y Perú, y se detalló una diferencia entre revelación, que responde a la información requerida exigida por ley, y transparencia, referida a compartir voluntariamente buenas prácticas de divulgación de información con contenido relevante para tomar decisiones acertadas por parte de los grupos de interés. El indicador propuesto en el estudio evaluó el comportamiento de 454 empresas en base a 50 elementos de evaluación divididos en nueve dimensiones: junta directiva, resumen ejecutivo, información de la empresa, gobierno corporativo, responsabilidad social corporativa, informe económico, gestión de riesgos, dimensión social y responsabilidad con otros grupos de interés. Estas dos últimas dimensiones exponen el valor que el modelo le asigna al relacionamiento de la empresa con sus grupos de interés. A cada elemento se le puntuó con 0 si no contaba con la información y 1 si esta existía, luego se sumó el puntaje obtenido por cada empresa en cada elemento y se dividió entre 50, obteniéndose un porcentaje que es el índice a comparar. La información considerada se obtuvo principalmente de los informes de gestión que las empresas publican en sus plataformas digitales sumado a información difundida en las páginas de internet de organismos reguladores, y para la evaluación de la información financiera se usó la plataforma Bloomberg. El estudio encontró hallazgos relacionados con la bursatilidad de las empresas evidenciando una relación negativa entre la concentración de la propiedad y la transparencia corporativa. Por ejemplo, las empresas que

cuentan con accionistas mayoritarios como el Estado, multinacionales o fondos de pensiones reflejaron una calificación más alta sobre su transparencia, mientras que empresas con accionistas mayoritarios como bancos mantuvieron una calificación más baja. En el Apéndice A se presentan las dimensiones, variables e indicadores del modelo. En la Tabla 8 se puede revisar la calificación de Perú desde el 2010 al 2013 revelando que las empresas con bursatilidad más alta obtuvieron una mejor evaluación.

Tabla 8

Evolutivo de calificación para Perú según su bursatilidad.

Perú	Informes de gestión				Revelación total			
	2010	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2013
Bursatilidad								
Baja								
Número de empresas	54	54	54	54	54	54	54	54
Índice de revelación	0.444	0.441	0.454	0.459	0.530	0.531	0.543	0.565
Alta								
Número de empresas	9	9	9	9	9	9	9	9
Índice de revelación	0.562	0.591	0.560	0.589	0.627	0.660	0.640	0.673
Total	0.461	0.463	0.469	0.477	0.544	0.549	0.557	0.581
Número de empresas	63	63	63	63	63	63	63	63

Nota. Tomado de *Revelación de información y valor de las empresas en América Latina* por M. Trujillo y A. Guzman, 2015, Bogotá, Colombia: Editorial CESA.

El modelo de medición de divulgación de información tiene gran valor al contemplar los principios de gobierno corporativo desarrollados por la OECD que son: (a) el sistema de gobierno corporativo a nivel país, (b) los derechos de los accionistas, (c) el trato equitativo a los mismos, (d) la participación de los diferentes grupos de interés en el gobierno de las empresas, (e) las responsabilidades de la junta, y (f) la revelación y transparencia empresarial. Sin embargo este modelo tiene una oportunidad al poder ser también aplicado en empresas de mercados más desarrollados en relación a la divulgación de información y transparencia

corporativa, como Estados Unidos o Europa, ya que actualmente solo abarca la medición en empresas latinoamericanas sin oportunidad de generar mayores comparaciones.

2.2.8 Transparencia de la información corporativa

Transparencia Internacional (2012) coligió que las 105 empresas más grandes del mundo valen más de 11 mil millones de dólares y que de algún modo u otro tocan las vidas de las personas de todo el mundo al tener un impacto en sus vidas diariamente. Los ciudadanos experimentan los beneficios de la actividad económica global mientras sufren las consecuencias de una actividad corporativa poco ética, por eso la importancia de la transparencia en los informes corporativos evaluando la divulgación de los pasos que estas empresas tienen para combatir la corrupción. Transparencia Internacional (2012) también analizó la huella de transparencia de las empresas en 177 países midiendo las utilidades y los impuestos en países específicos evidenciando que si las empresas revelan cuánto pagan a los gobiernos en cada país que operan en todo el mundo, se podría saber cuánto dinero ingresa en el presupuesto público de estas operaciones comerciales. Esta es la razón por la cual está surgiendo una nueva legislación en Europa y Estados Unidos que exige la divulgación para ciertas industrias. La transparencia corporativa reduce las oportunidades del mal uso del dinero público, pero también muestra cómo las empresas contribuyen a las sociedades en las que operan, sin embargo, pocas de las empresas más grandes del mundo revelan información financiera de sus operaciones en cada país en medios de alcance público como sus páginas web. La corrupción juega un capítulo importante en la medición de la transparencia corporativa ya que su peligrosa frecuencia y cotidianidad en la prensa de todas las economías y su relación a casos de grandes empresas exige una reflexión profunda en cuanto a la ética en los negocios a nivel mundial. Transparencia Internacional (2016) presentó un modelo de medición de transparencia de la información corporativa en un esfuerzo por medir el grado de divulgación de la información en mercados emergentes, en él dedica un capítulo entero a la

lucha contra corrupción, dado que su práctica sigue acaparando las primeras planas de la prensa mundial con el agravante de ser hoy el principal factor al que se atribuye la desaceleración económica. Se mencionó que la transparencia se está convirtiendo en la nueva normalidad ya que las políticas anticorrupción y rendimiento de cuentas contrarrestan la corrupción, y ser abierto al respecto puede tener un impacto positivo en los resultados de la empresa. El modelo que utiliza Transparencia Internacional mide la divulgación de la información en base a tres dimensiones: en primer lugar, la comunicación de aspectos clave de sus programas contra la corrupción; en segundo lugar, la divulgación de las estructuras societarias y participaciones de esas empresas; y, en tercer lugar, la divulgación de información financiera clave relativa a cada país en particular. Los resultados de la última evaluación del reporte hecha en el 2016 alcanzaron un puntaje general de 3.8/10 lo que califica de insuficiente, dado que el avance que se observa es muy pobre con relación a la evaluación anterior, incluso algunas empresas muestran retrocesos en indicadores ajustados para que sean más exigentes. El informe formula propuestas y asigna tareas específicas a los accionistas, organismos regulatorios, empresas y público en general, pues entiende que el compromiso es de todos los interesados. Para la construcción de este índice Transparencia Internacional se midió el comportamiento de 100 empresas de diversas industrias en economías emergentes de Asia, India, África y Latinoamérica, la selección de las empresas se hizo en base a la lista de las 100 grandes empresas multinacionales de mercados emergentes que publicó *Boston Consulting Group*. Para elaborar el indicador de la dimensión anticorrupción se tomaron 13 elementos del *Reporting Guidance on the 10th Principle Against Corruption*, documento elaborado por El Pacto Mundial de las Naciones Unidas y Transparencia Internacional, la valoración de cada elemento se hizo en base a puntaje de 0, 0.5 y 1, siendo 0 el escenario más negativo en el caso que no se haya publicado información, esté desactualizada o sea difícil de visualizar o acceder para un ciudadano medio. Se puntuó

con 0.5 para el caso de una evaluación parcial o porque no se presentaba toda la información que se solicitaba en el indicador, finalmente se valoró con 1 a la información correcta. Para el caso de la transparencia organizacional se tomaron ocho preguntas, cada una puntuada entre 0, 0.5 y 1. La tercera dimensión de informes país por país se evalúan en base a cinco preguntas, también puntuadas entre 0, 0.5 y 1, con la diferencia que cada factor a evaluar debe aplicarse a cada país donde la empresa tenga operaciones obteniéndose un promedio de este elemento. Finalmente se sumó cada promedio y se dividió entre cinco para obtener el puntaje de esta dimensión. Los detalles de las preguntas según cada dimensión se presentan en el Apéndice A.

Este modelo de medición propuesto por Transparencia Internacional tiene gran valor en el énfasis propuesto hacia la lucha anticorrupción y también en el informe que se desarrolla después de la evaluación indicando propuestas y tareas a distintos *stakeholders* como accionistas, organismos regulatorios, empresas y público en general involucrando a todas las partes interesadas en la mejora del desempeño para próximas evaluaciones. Por ejemplo, el informe indica que los organismos regulatorios podrían tomar un rol más activo ya que las normas se mantienen como poco exigentes y no permiten que se den avances significativos. Sin embargo, este modelo solo es aplicable a multinacionales que operan en mercados emergentes siendo negocios más formales que podrían tener una posición ventajosa relacionada con su gestión eficiente, niveles de integridad y transparencia como consecuencia de su necesidad en compartir información. Pequeñas o medianas industrias no participan de esta medición y en el caso del Perú se excluiría una parte importante de empresas.

2.2.9 Global reporting initiative

Los reportes de sostenibilidad son un documento informativo a través del cual las empresas comunican su desempeño respecto a tres temas fundamentales; ambiental, social y financiero y es un acercamiento importante a la transparencia pues incluyen información

relevante sobre el desempeño del negocio que se pone a disposición de los grupos de interés (Trujillo, Trujillo & Guzmán, 2010). Los reportes de sostenibilidad han cobrado mayor importancia en mercados más desarrollados como Europa; sin embargo, en Latinoamérica le han encontrado valor sectores donde los factores medioambientales tienen mayor impacto y representan mayores riesgos como por ejemplo empresas mineras pues sus *stakeholders* exigen información para dar credibilidad a su desempeño. Otros sectores como el agroindustrial y el de consumo masivo también muestran una tendencia a alinearse en prácticas de sostenibilidad brindando información sobre el origen de sus productos, calidad, salud, etc. al ser industrias transnacionales que mantienen contacto con *stakeholders* en un mercado internacional donde ha cobrado relevancia. En tal sentido, el *Global Reporting Initiative* (GRI), es el modelo más usado en el mundo que busca crear lineamientos aplicables a nivel global y así aportar en la sostenibilidad de las empresas que buscan evaluar su desempeño económico, ambiental y social y está avalada por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Este modelo es usado por más del 70% de las empresas en el mundo permitiendo estandarizar sus reportes de sostenibilidad. En el año 2016 se creó la versión G4 con los nuevos estándares que incluyen 33 temas que se detallan en el Apéndice A. El objetivo principal del reporte es que las empresas valoren los modelos de gestión responsables integrados en su modelo de negocio aportando valor a sus *stakeholders* y así crear una economía global sostenible.

La principal ventaja del GRI es que es el estándar más usado en el mundo permitiendo comparar información con empresas en mercados más desarrollados. No obstante, no es un modelo de medición que permite tener una calificación, sino propone un modelo de reportería de información interna. Los indicadores del GRI están muy enfocados en el impacto social y ambiental pudiendo tener más profundidad en las variables de la dimensión económica.

2.2.10 Ley 27806 – Ley de transparencia y acceso a la información pública

En el Perú, si bien no hay modelos que midan la transparencia corporativa, existen algunos acercamientos que se pueden tomar en cuenta. La Ley N° 27806 - Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública que se encuentra en vigencia desde enero del 2003, con el objetivo de promover la transparencia de las acciones del Estado y velar por el derecho a acceder a información pública. Esta Ley está compuesta por: (a) disposiciones generales, (b) portal de transparencia, (c) acceso a la información pública del estado, (d) transparencia sobre el manejo de las finanzas públicas, y (e) registro de la información de acceso restringido. Las instituciones públicas o las que se encuentren vinculadas a estas deben poder contar con un portal de transparencia permitiendo que las entidades públicas compartan información relevante a través de internet relacionada con sus datos generales, información presupuestal, adquisiciones de bienes y servicios, actividades oficiales e información adicional. Una desventaja es que a la fecha no todas las instituciones cuentan con las condiciones indispensables para cumplir con este servicio, por otro lado, se han indicado quejas como incumplimiento del plazo de entrega de información, respuesta negativa de entrega de informaciones por excepciones encontrada en la ley, exigencia de comisiones ilegales, etc. Sin embargo, es un primer paso para que las organizaciones se adapten a esta nueva necesidad y hagan más visible su gestión.

2.2.11 Código de buen gobierno corporativo para las sociedades peruanas

Por otro lado, en Perú también existe el Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas. En el 2002 se estableció el Principio de Buen Gobierno para las Sociedades Peruanas, tomando aspectos como derecho y tratamiento equitativo de accionistas, el rol de los grupos de interés, comunicación y transparencia convirtiéndose en un modelo de buenas prácticas no solo para las empresas que se encuentran en el mercado bursátil, sino contando con un anexo orientado a las empresas familiares. En el año 2014 se

actualiza el código de Buen Gobierno Corporativo donde se busca informar a los *stakeholders* sobre las acciones que llevan a cabo en la empresa o dar explicaciones en caso no poder llegar a cumplirlas. Ya en el año 2015, la Superintendencia de Mercado de Valores Peruano, en aras de fortalecer el mercado peruano, a través las inversiones en el tiempo y mayor transparencia, estableció el Reporte de Sostenibilidad Corporativa con la Resolución SMV n.º 033-2015-SMV/01, para de esta manera conocer el impacto en el medio ambiente y el bienestar social, siendo voluntario para las empresas que participan en el mercado bursátil peruano. En el Apéndice A se detallan los indicadores que se consideran.

2.3. Resumen

Evidentemente existe preocupación por parte de los grupos de interés de las empresas en obtener información demandando canales de comunicación de fácil acceso para tener visibilidad de factores que podrían influir en sus decisiones y relación. La transparencia corporativa es un concepto que refleja la disposición de las empresas en compartir información y, a pesar de que en el mercado de capitales se cuenta con exigencias legales, existe información adicional considerada relevante que no necesariamente es requerida por las leyes que promueven la divulgación. Los modelos de medición de transparencia corporativa nacieron con el objetivo principal de brindar mayor confianza y seguridad a los inversionistas (Briano & Rodriguez, 2013); sin embargo, hoy nuevos participantes, que no necesariamente mantienen una relación financiera con la empresa, exigen información. Es importante mencionar que en estudios revisados se demuestra una relación positiva entre transparencia corporativa y desempeño financiero (Baraibar-Diez, Luna-Sotorrío, 2012) exponiendo el valor de la divulgación y brindando seguridad a los *stakeholders*, por esto con mayor frecuencia las empresas optan por brindar más información de manera voluntaria no solo a sus accionistas si no a todas las partes interesadas. Se advierte sobre la importancia de generar información formulada en profundidad y con alcance de acuerdo con las necesidades

del usuario y no solo circunscritas a lo exigido por el marco regulatorio, en especial en lo relacionado con la información no financiera (Goldberg, 2008). Es así, como los modelos de medición de transparencia corporativa más recientes exploran áreas comunes en las organizaciones, tanto en sus relaciones internas como externas, evaluando aspectos como las rendiciones de cuenta, la normatividad, la equidad, la conducta de los directivos, la confidencialidad, la integridad organizacional y la responsabilidad empresarial, reflejando temas de interés común tanto en organizaciones públicas como privadas (Arredondo, de la Garza y Vasquez, 2014). Se evidencia que la revelación de información, no solo financiera, es un tópico común en los modelos revisados por lo que se debe convertir en un nuevo estándar que irá más allá del marco regulatorio que formulan los gobiernos.

2.4. Conclusiones

Los modelos de medición de transparencia corporativa se caracterizan por promover la divulgación de información a los grupos de interés de la organización, sin embargo presentan diferencias en el protagonismo que le asignan a cada una de las dimensiones consideradas ya sea que su enfoque fuese la medición de una empresa, un sector, un país o una región. Se pueden identificar dimensiones higiénicas como las relacionadas con la información general o indicadores económicos que son considerados en todos los modelos sin presentarse como un mayor diferencial, mientras que dimensiones como la de anticorrupción propuesta por Transparencia Internacional o la dimensión social propuesta por el *Global Reporting Initiative* agregan valor a sus modelos por su exclusividad.

Muchos de los modelos de medición de transparencia corporativa revisados en el presente documento reflejan cierta prioridad en divulgación de información relevante para el grupo de interés compuesto por los accionistas de las organizaciones considerando indicadores de medición de su interés reflejando el valor que se les asigna, premiando su participación en el negocio y asegurando su permanencia.

La vigencia de aplicación de los modelos de transparencia corporativa, sin considerar mayores modificaciones, tienen un plazo determinado pues el constante cambio en el mercado global exige la actualización y evidencia la necesidad de incluir nuevos requerimientos respecto a la información demandada. El *Global Reporting Initiative* valora esta necesidad de renovación siendo un modelo que se mantiene en constante actualización exponiendo nuevas versiones para promover la divulgación de información actual y oportuna, mientras que el modelo *Standard & Poor's* cuenta con una sola medición en el año 2002 sin mostrar seguimiento a la evolución de sus indicadores.

En relación a los canales de acceso a la información, se evidencia la valoración en la divulgación en plataformas digitales de alto alcance y fácil acceso, el modelo IBEX35 presenta una ventaja al considerar información exclusivamente levantada en internet promoviendo que las empresas consideren el formato digital para compartir información, sin embargo es necesario tomar en cuenta que países emergentes como Perú, la penetración del internet al 2017 representó solo el 41.5% en los hogares de Lima y 14.6% en los hogares de provincias (Villanueva-Mansilla, 2017) reflejando una oportunidad en el país al mejorar este canal de comunicación.

Al desarrollar la revisión de la literatura se evidencia la necesidad de trabajar tanto en la regulación interna de la empresa, promoviendo dentro de la cultura organizacional la transparencia en la gestión como propone la dimensión social del Índice de Relevación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina o la del *Global Reporting Initiative* como en la externa, a través de entes regulatorios que promuevan la difusión clara de reglas y exigencias aplicadas a todos los participantes por igual.

Por último, el modelo de Medición Internacional de Transparencia para la Red de Transparencia y Acceso a la Información Pública destaca al ser un modelo colaborativo donde tanto los entes reguladores como los países regulados participan activamente en la

definición del modelo y aportan con recomendaciones sobre las dimensiones, variables e indicadores a medir reflejando un modelo consensuado. La participación de todas las partes promueve, desde la etapa inicial de creación, la transparencia, y a la vez compromete a las partes en realizar mejoras para elevar sus indicadores pues ellos mismos son quienes los proponen.



Capítulo III: Metodología

El Quipu de Caral de 4,500 años de antigüedad representa, tempranamente, para la historia de la cultura de América la necesidad del hombre por caracterizar una realidad que no le es ajena y sobre la que interviene y transforma. En esa construcción, las comunidades organizadas en sociedad establecen relaciones complejas en un entramado de sistemas superpuestos, la idea de que todos ellos se encuentran relacionados por algún sentido lleva a intentar interpretar y explicar la realidad que se observa, se experimenta o, algunas veces, se imagina. Se trata de simplificar la realidad para hacerla más simple y así facilitar una comprensión ideal (Andalia, 2009).

Un indicador compuesto es un índice agregado que comprende indicadores individuales y ponderaciones que comúnmente representan la importancia relativa de cada indicador (Nardo, Saisana, Saltelli, & Tarantola, 2005). Esta herramienta o modelo permite simplificar y agregar la información sobre el desempeño de diversas dimensiones comprendidas en un solo fenómeno, este puede englobar, a diferente nivel de profundidad, aspectos muy diferentes como medio ambiente, economía, sociedad y tecnología. La pertinencia de su aplicación y uso es parte del debate de quienes cuestionan el enfoque subjetivo de su metodología, en las que las variables deben ser ponderadas a juicio del investigador, además, un índice debe cumplir y expresar el conjunto de objetivos que motivan la investigación. Otros ven, a favor, cómo su aplicación en la formulación de políticas públicas permite mejorar la gestión de planes y programas de gobierno.

Es crucial para la construcción del indicador el desarrollo de un marco teórico, que aún cuando responde al objetivo y propósito de la investigación, este plantee todas las dimensiones del fenómeno a medir, defina sus variables y la forma en que estas se relacionan. Es a través de este modelamiento que se abordan cuestiones que pueden resultar abstractas, como la felicidad, el bienestar, la competitividad, la transparencia, etc. Este es un esfuerzo

multidisciplinario y transdisciplinario de integración, comprensión y práctica. La formulación de un índice compuesto es pues una tarea no exenta de cuestionamientos en cuanto a la metodología de modelamiento, pero de gran utilidad para representar realidades y problemáticas complejas.

Eurostat (2017) mencionó que el sistema de la OECD de indicadores principales compuestos o CLI, por sus siglas en inglés, se desarrolló por vez primera a inicios de los años 70 en medio de un renovado interés en la investigación del ciclo económico como una consecuencia natural de la recesión de 1969-1970 vivida en las economías de los países desarrollados. Los años siguientes trajeron una mayor y más profunda recesión provocando la necesidad de una herramienta que permita establecer parámetros generales, de forma y propósito de los CLI de la OECD, cuya estructura subyacente prácticamente no ha sufrido grandes cambios desde 1981. El capítulo tres del presente documento, siguiendo la metodología propuesta por la OECD, procede a describir los pasos a seguir en la elaboración del índice de transparencia corporativa resultando de la presente investigación.

Nardo et al. (2005) afirmaron que durante la construcción de un indicador compuesto se debe seguir una secuencia de etapas exhaustivas: (1) desarrollo de un marco conceptual, (2) selección de los indicadores, (3) análisis multivariado, (4) imputación de datos perdidos, (5) normalización de los datos, (6) ponderación de la información, (7) agregación de la información y (8) análisis de robustez y sensibilidad. Joint Research Centre-European Commission (2008) mencionó que para la elaboración de un indicador compuesto se debe pormenorizar la ejecución de las siguientes etapas: (1) desarrollo de un marco teórico, (2) selección de variables, (3) imputación de datos faltantes, (4) análisis multivariado, (5) normalización de los datos, (6) ponderación y agregación, (7) análisis de robustez y sensibilidad, (8) revisión de los detalles, (9) enlaces con otras variables y, (10) presentación y diseminación.

Nardo et al. (2005) mencionaron que los indicadores compuestos tienen las siguientes ventajas: (a) resume los problemas complejos o multidimensionales permitiendo brindar un gran apoyo a los tomadores de decisiones, (b) son más fáciles de interpretar que tratar de encontrar una tendencia en muchos indicadores separados, (c) facilita la tarea de clasificar a los países en cuestiones complejas en un ejercicio de evaluación comparativa, (d) evalúa el progreso de los países a lo largo del tiempo en asuntos complejos, (e) reduce el tamaño de un conjunto de indicadores o incluye más información dentro del límite de tamaño existente, (f) coloca los problemas del desempeño y el progreso de los países en el centro de la arena política, y (g) facilita la comunicación con ciudadanos comunes y promueve la rendición de cuentas.

Por otro lado, Nardo et al. (2005) también indicaron que cuando la data no es trabajada correctamente, los indicadores compuestos presentan las desventajas como: (a) pueden enviar mensajes de política engañosos, si están mal contruidos o malinterpretados, (b) pueden invitar a sacar conclusiones de política simplista, si no se utilizan en combinación con los indicadores, (c) pueden prestarse a un uso instrumental (por ejemplo, contruido para respaldar la política deseada) si las diversas etapas (por ejemplo, selección de indicadores, elección de modelo, ponderaciones) no son transparentes y/o no se basan en sólidos principios estadísticos o conceptuales, (d) la selección de indicadores y ponderaciones podría ser el objetivo del desafío político, (e) pueden disfrazar fallas graves en algunas dimensiones del fenómeno y así aumentar la dificultad para identificar la acción correctora adecuada, y (f) pueden generar políticas incorrectas si se ignoran las dimensiones del rendimiento que son difíciles de medir.

La presente investigación adoptará el modelo de la OECD para la construcción del índice de transparencia corporativa en el Perú, Joint Research Centre-European Commission

(2008) argumentó diez etapas para la elaboración de índices compuestos que para efectos didácticos se agruparán en dos fases.

3.1. Fase Cualitativa

La primera fase está avocada a abordar las aristas cualitativas del modelo desde el marco teórico, la determinación de subgrupos o dimensiones, la selección de variables que permitan describir la información y la identificación de criterios para la selección de indicadores con el objetivo de llegar a una medición.

3.1.1. Primera etapa

Desarrollar un marco teórico sólido como punto de partida es crucial. Este debe definir claramente el fenómeno a medir y sus subcomponentes, seleccionando indicadores y ponderaciones individuales que reflejen su importancia relativa y las dimensiones del compuesto global. Idealmente, este proceso debería basarse en lo que es conveniente medir y no en qué indicadores están disponibles. La transparencia es, por lo tanto, esencial para construir indicadores creíbles, esto implica: (a) definir el concepto, que le dé al investigador una idea clara de lo que mide el indicador compuesto y debe referirse al marco teórico, que vincula varios subgrupos y los indicadores subyacentes; (b) determinar los subgrupos en donde los conceptos multidimensionales se puedan dividir en varios subgrupos los cuales no necesitan ser estadísticamente independientes unos de otros, y cuyos vínculos existentes deben describirse teórica o empíricamente en la mayor medida posible; y (c) identificar los criterios de selección para los indicadores subyacentes. Los criterios de selección deberían funcionar como una guía para determinar si un indicador debe incluirse o no en el índice compuesto global debiendo ser lo más preciso posible describiendo el fenómeno que se está midiendo. En tal sentido, la primera etapa ofrece una clara comprensión y definición del fenómeno multidimensional a medir, una estructura anidada de los diversos subgrupos del

fenómeno si es necesario, brindando también una lista de criterios de selección para las variables subyacentes y una documentación clara de lo anteriormente expuesto.

3.1.2. Segunda etapa

Joint Research Centre-European Commission (2008) afirmó que un indicador compuesto es, ante todo, la suma de sus partes, y la calidad de su resultado depende de la correcta selección de sus variables. Por tal razón, en la segunda etapa las variables deberán seleccionarse sobre la base de su relevancia, solidez analítica, puntualidad, accesibilidad, etc. Si bien la elección de los indicadores debe guiarse por el marco teórico para el compuesto, el proceso de selección de datos puede ser bastante subjetivo ya que puede no haber un único conjunto definitivo de indicadores y la falta de datos relevantes también puede limitar la capacidad del investigador para construir indicadores compuestos sólidos. Dada una escasez de los datos cuantitativos (duros) internacionalmente comparables, los indicadores compuestos a menudo incluyen datos cualitativos (suaves) de encuestas o revisiones de políticas. Las fortalezas y debilidades de los indicadores compuestos se derivan en gran parte de la calidad de las variables subyacentes.

3.2. Fase Operativa

Esta fase refiere a la práctica operacional del desarrollo del indicador, responde a necesidades del modelo relacionadas con imputación de datos, análisis multi variable, normalización, ponderación y robustez y sensibilidad.

3.2.1. Tercera etapa

Joint Research Centre-European Commission (2008) coligió que en esta etapa se hace mención de la imputación de datos faltantes ya que puede darse el caso que la data que alimenta el indicador no se encuentre disponible obstaculizando la construcción del índice. Los datos pueden faltar de forma aleatoria o no aleatoria y los patrones faltantes podrían ser: (a) faltante completamente al azar (CMAR), cuando los valores faltantes no dependen de la

variable de interés ni de ninguna otra variable observada en el conjunto de datos, por ejemplo, los valores faltantes en el ingreso variable sería de tipo CMAR si (i) las personas que no informan sus ingresos tienen, en promedio, los mismos ingresos que las personas que reportan ingresos; y si (ii) cada una de las otras variables en el conjunto de datos tendría que ser la misma, en promedio, para las personas que no informaron sus ingresos y las personas que sí informaron sus ingresos; (b) faltante al azar (MAR), cuando los valores faltantes no dependen de la variable de interés, sino que son condicionales a otras variables en el conjunto de datos, por ejemplo, los valores perdidos en el ingreso serían MAR si la probabilidad de que falten datos sobre el ingreso depende del estado civil, pero dentro de cada categoría de estado civil, la probabilidad de perder el ingreso no está relacionada con el valor del ingreso. También son MAR si la pregunta uno de la encuesta se responde afirmativamente, entonces la pregunta dos de la encuesta no debe ser respondida, ya que la desaparición depende de las covariables; (c) faltante no debido al azar (NMAR), en donde los valores faltantes dependen de los valores mismos, por ejemplo, los hogares de altos ingresos tienen menos probabilidades de reportar sus ingresos. Sobre la imputación de datos, Soto y Schuschny (2009) argumentaron que ninguna herramienta de imputación puede reemplazar totalmente la información perdida, y si bien es cierto que estas herramientas de imputación son útiles, lo que se debe hacer como primer criterio es recuperar la información desde las fuentes originales ya que un abuso de estas herramientas conlleva a un análisis distorsionado de la realidad.

El presente modelo de transparencia corporativa aplicará una escala dicotómica para medir cada variable en donde el valor cero asignado a un indicador denota la ausencia de su respectiva variable dentro del modelo, mientras que la asignación del valor uno señala la presencia del atributo. En tal sentido, la imputación de datos faltantes no aplica en la

construcción del modelo propuesto debido a que el modelo demanda cotejar el 100% de la data a partir de sus fuentes tantas primarias como secundarias.

3.2.2. Cuarta etapa

Joint Research Centre-European Commission (2008) mencionó que en los últimos lustros el desarrollo de indicadores compuestos ha ido en aumento; sin embargo, en varios casos los indicadores individuales se seleccionan arbitrariamente prestando poca atención a las interrelaciones entre ellos y en consecuencia lo que se hace es generar índices que abrumen, confundan y engañen a quienes tienen que tomar decisiones en diferentes campos. La cuarta etapa aborda el análisis multivariable cuya función es analizar cuidadosamente la estructura subyacente de los datos antes de proceder a la construcción del indicador compuesto. Este análisis puede llevarse a cabo en base a dos criterios: (a) siendo el primero el análisis de relaciones entre variables el cual las agrupa en subindicadores definiendo una estructura anidada y determinando si la selección de estas variables cumple con describir la dimensión. En tal caso se cuenta con tres técnicas como son el análisis de componentes principales (ACP), el análisis factorial y los coeficientes *alfa de Cronbach*; (b) en segundo término se cuenta con el estudio de relaciones entre unidades de análisis el cual establece grupos de unidades de análisis por su similitud. En tal caso es el análisis de conglomerados o cluster analysis la herramienta a utilizar. Estas técnicas de análisis multivariante son de suma utilidad al momento de analizar la naturaleza que subyace de los datos; no obstante, es mandatorio no realizar el análisis multivariante cuando la muestra es pequeña en relación con la cantidad de indicadores debido a que los resultados no arrojarían propiedades estadísticas conocidas.

Johnson y Wichern (2007) mencionaron que en el caso que la muestra sea pequeña, es pertinente recurrir a análisis exploratorios simples, aplicando tablas de frecuencias, promedios simples, contemplando tablas de coeficientes de correlación o gráficos de dos y

tres dimensiones, así como herramientas gráficas de análisis multivariado descriptivo como las “caritas de Chernoff” o las “estrellas de Andrews” (citado Soto y Schuschny, 2009). En la Tabla 9 se muestran las fortalezas y debilidad del análisis multivariado.

Tabla 9

Fortalezas y Debilidades del Análisis Multivariado

Tipo de análisis multivariado	Fortalezas	Debilidades
Principales componentes/análisis factorial	<p>Puede resumir un conjunto de indicadores individuales conservando la proporción máxima posible de la variación total en el conjunto de datos original.</p> <p>Las cargas de factores más grandes se asignan a los indicadores individuales que tienen la mayor variación entre países, una propiedad deseable ya que los indicadores individuales que son similares en todos los países son de poco interés y posiblemente no pueden explicar las diferencias en el desempeño.</p>	<p>Las correlaciones no representan necesariamente la influencia real de los indicadores individuales sobre el fenómeno que se mide.</p> <p>Sensible a modificaciones en los datos básicos: revisiones y actualizaciones de datos como por ejemplo nuevos países.</p> <p>Sensible a la presencia de valores atípicos que pueden introducir una variabilidad espuria en los datos.</p> <p>Sensible a problemas de pequeñas muestras que son particularmente relevantes cuando el foco está en un conjunto limitado de países.</p> <p>Minimización de la contribución de indicadores individuales que no se mueven con otros indicadores individuales.</p>
Coefficiente Alfa de Cronbach	<p>Mide la consistencia interna en el conjunto de indicadores individuales, es decir, qué tan bien describen una construcción unidimensional. Por lo tanto, es útil agrupar objetos similares.</p>	<p>Las correlaciones no representan necesariamente la influencia de los indicadores individuales sobre el fenómeno expresado por el indicador compuesto.</p> <p>Significativo solo cuando el indicador compuesto se computa como una 'escala', es decir, como la suma de los indicadores individuales.</p>
Análisis de <i>clusters</i>	<p>Ofrece una forma diferente de agrupar a los países, da una idea de la estructura del conjunto de datos.</p>	<p>Puramente una herramienta descriptiva, puede no ser transparente si las elecciones metodológicas realizadas durante el análisis no están motivadas y explicadas con claridad.</p>

La investigación en curso hará uso de los coeficientes *alfa de Cronbach* para medir la consistencia interna en el conjunto de indicadores individuales, es decir, si los indicadores propuestos cumplen con el rol de describir la dimensión de la cual subyacen. Por lo tanto, es útil agrupar objetos similares.

3.2.3. Quinta etapa

Soto y Schuschny (2009) afirmaron que debido a que muchas de las variables que se utilizan en la construcción del índice están expresadas en unidades económicas o físicas, en fracciones, en tasas de variación o porcentaje de variación, etc., es mandatorio estandarizarlas para evitar agregar variables de unidades de medida distinta. La quinta etapa es la normalización sobre la cual Ebert y Welsch (2004) coligieron que tiene como objetivo identificar los procedimientos de normalización más adecuados para aplicar al problema en cuestión, considerando sus propiedades en relación con las unidades de medida en las que se expresan los indicadores, así como su solidez ante posibles valores atípicos en los datos (citado por Joint Research Centre-European Commission, 2008).

Joint Research Centre-European Commission (2008) afirmaron que existen diversos métodos de normalización propuestos por la OECD, dentro de ellos se encuentran: (a) la clasificación, técnica de normalización más simple, no se ve afectado por valores atípicos y permite el desempeño de los países a lo largo del tiempo en términos de posiciones relativas o clasificaciones, sin embargo, el rendimiento del país en términos absolutos no puede evaluarse ya que se pierde información sobre los niveles; (b) la estandarización o puntajes z convierte los indicadores a una escala común con una media de cero y una desviación estándar de uno, los indicadores con valores extremos tienen un mayor efecto en el indicador compuesto. Esto podría no ser deseable si la intención es recompensar el comportamiento excepcional, es decir, si se considera que un resultado extremadamente bueno en algunos indicadores es mejor que muchos puntajes promedio. Este efecto puede corregirse en la metodología de agregación, excluyendo los mejores y peores puntajes de indicadores individuales de la inclusión en el índice o asignando ponderaciones diferenciales basados en la "deseabilidad" de los puntajes de indicadores individuales; (c) el método Min-Max o re-escalamiento el cuál normaliza los indicadores para tener un rango idéntico $[0, 1]$ al restar el

valor mínimo y dividir por el rango de los valores del indicador. Sin embargo, los valores extremos o valores atípicos podrían distorsionar el indicador transformado. Por otro lado, la normalización Min-Max podría ampliar el rango de indicadores dentro de un intervalo pequeño, aumentando el efecto en el indicador compuesto más que lo que la estandarización haría; (d) la distancia a una referencia es aquel método que mide la posición relativa de un indicador dado frente a un punto de referencia. Este podría ser un objetivo por alcanzar en un marco de tiempo determinado. Por ejemplo, el Protocolo de Kioto estableció un objetivo de reducción del 8% para las emisiones de CO₂ para 2010 para los miembros de la Unión Europea. La referencia también podría ser un país de referencia externo, por ejemplo, los Estados Unidos y Japón a menudo se utilizan como puntos de referencia para los indicadores compuestos construidos en el marco de la agenda de Lisboa de la Unión Europea. Alternativamente, el país de referencia podría ser el país promedio del grupo y se le asignaría un valor de 1, mientras que otros países recibirían puntajes dependiendo de su distancia del promedio, por lo tanto, los indicadores estandarizados que son superiores a 1 indican países con un rendimiento superior a la media. El país de referencia también podría ser el líder del grupo, en el cual el país líder recibe 1 y los otros reciben puntos porcentuales del líder. Este enfoque, sin embargo, se basa en valores extremos que podrían ser valores atípicos poco confiables; (e) la escala categórica es un método que asigna un puntaje para cada indicador. Las categorías pueden ser numéricas, como una, dos o tres estrellas, o cualitativas, como "totalmente logrado", "parcialmente logrado" o "no alcanzado." Las escalas categóricas excluyen grandes cantidades de información sobre la varianza de los indicadores transformados, además, cuando hay poca variación dentro de los puntajes originales, las bandas percentiles fuerzan la categorización de los datos, independientemente de la distribución subyacente; (f) los indicadores por encima o por debajo de la media es un método que en el cual dichos indicadores se transforman de tal manera que los valores

alrededor de la media reciben 0, mientras que los que están por encima o por debajo de un cierto umbral reciben 1 y -1 respectivamente. Este método de normalización es simple y no se ve afectado por valores atípicos. Sin embargo, la arbitrariedad del nivel de umbral y la omisión de información de nivel absoluto a menudo son criticadas. Por ejemplo, si el valor de un indicador dado para el país A es tres veces o 300% superior a la media, y el valor para el país B es 25% superior a la media, ambos países se contarán como "superiores al promedio" con un umbral del 20% alrededor de la media. (g) En relación con los métodos para indicadores cíclicos, Nilsson (2000) mencionó los resultados de las encuestas de tendencia empresarial generalmente se combinan en indicadores compuestos para reducir el riesgo de señales falsas y para pronosticar mejor los ciclos en las actividades económicas (citado por OECD, 2008). Este método da implícitamente menos peso a las series más irregulares en el movimiento cíclico del indicador compuesto, a menos que se realice un suavizado ad hoc previo.

Las variables que describen cada dimensión del modelo están expresadas en unidades iguales debido a que todas son variables categóricas y dicotómicas, en tal sentido no es consistente aplicar algún método de estandarización expresado arriba

3.2.4. Sexta etapa

Joint Research Centre-European Commission (2008) resaltó la importancia relativa de los indicadores es una fuente de controversia. Cuando se utilizan en un marco de evaluación comparativa, las ponderaciones pueden tener un efecto significativo en el indicador compuesto global y las clasificaciones del país. Existen varias técnicas de ponderación que se pueden revisar en la Tabla 11. Algunos se derivan de modelos estadísticos como el método de análisis de componentes principales (ACP) o análisis factorial (AF), el análisis envolvente de datos (AED), el método de beneficio de la duda (BDD), el de modelos de componentes no observados (MCNO); o de métodos participativos como el método de procesos de asignación

de presupuesto (PAP), el de opinión pública (OP), el de procesos de jerarquía analítica (PJA) y el de análisis conjunto (AC), pero independientemente de qué método se use, los pesos son esencialmente juicios de valor. Mientras que algunos analistas pueden elegir ponderaciones basadas solo en métodos estadísticos, otros pueden recompensar, o castigar, los componentes que se consideran más o menos influyentes, según la opinión de los expertos, para reflejar mejor las prioridades de las políticas o los factores teóricos. En la Tabla 10 se muestran las formulas referentes a cada método de normalización.

Tabla 10

Métodos de Normalización

Método de normalización	Fórmula
Clasificación	$I_{qc}^t = Rank(x_{qc}^t)$
Estandarización	$I_{qc}^t = \frac{x_{qc}^t - x_{qc=\bar{c}}^t}{\sigma_{qc=\bar{c}}^t}$
Min-Max	$I_{qc}^t = \frac{x_{qc}^t - \min_c(x_q^{t_0})}{\max_c(x_q^{t_0}) - \min_c(x_q^{t_0})}$
La distancia a una referencia	$I_{qc}^t = \frac{x_{qc}^t}{x_{qc=\bar{c}}^{t_0}}$ or $I_{qc}^t = \frac{x_{qc}^t - x_{qc=\bar{c}}^{t_0}}{x_{qc=\bar{c}}^{t_0}}$
La escala categórica	<p>Example:</p> $I_{qc}^t = \begin{cases} 0 & \text{if } x_{qc}^t < P^{15} \\ 20 & \text{if } P^{15} \leq x_{qc}^t < P^{25} \\ 40 & \text{if } P^{25} \leq x_{qc}^t < P^{65} \\ 60 & \text{if } P^{65} \leq x_{qc}^t < P^{85} \\ 80 & \text{if } P^{85} \leq x_{qc}^t < P^{95} \\ 100 & \text{if } P^{95} \leq x_{qc}^t \end{cases}$
Los indicadores por encima o por debajo de la media	$I_{qc}^t = \begin{cases} 1 & \text{if } w > (1 + p) \\ 0 & \text{if } (1 - p) \leq w \leq (1 + p) \\ -1 & \text{if } w < (1 - p) \end{cases}$ <p>where $w = x_{qc}^t / x_{qc=\bar{c}}^{t_0}$</p>
Indicadores cíclicos (OECD) $I_{q,c}^t$ = valor normalizado del indicador individual q para el país c en el momento t	$I_{qc}^t = \frac{x_{qc}^t - E_t(x_{qc}^t)}{E_t(x_{qc}^t - E_t(x_{qc}^t))}$
Balance de opiniones (EC)	$I_{qc}^t = \frac{100}{N_e} \sum_e \text{sgn}_e(x_{qc}^t - x_{qc}^{t-1})$
Porcentaje de diferencias anuales en años consecutivos	$I_{qc}^t = \frac{x_{qc}^t - x_{qc}^{t-1}}{x_{qc}^t}$

Nota. Adaptado de "Handbook on constructing composite indicators: methodology and user guide", de Joint Research Centre-European Commission, 2008, p.30, París, Francia: OECD publishing.

Para la construcción del índice de transparencia corporativa el presente modelo se basará en el método de igual ponderación (IP), acerca del cuál Joint Research Centre-European Commission (2008) afirmaron que a través de este método todas las variables de cada dimensión tienen el mismo peso. Esto implica esencialmente que todas las variables "valen" lo mismo en el compuesto. Soto y Schuschny (2009) afirmaron que ponderar las variables equiproporcionalmente viabiliza el cálculo y tiene consistencia aplicarlo cuando todas las dimensiones del indicador compuesto tienen igual prioridad y están equilibradas.

Joint Research Centre-European Commission (2008) indicaron que asignar la misma ponderación no significa "sin pesos", pero implícitamente implica que los pesos son iguales. Además, si las variables se agrupan en dimensiones y se agregan en el compuesto, aplicar ponderación igual a las variables puede implicar una ponderación desigual de la dimensión (las dimensiones que agrupan a la mayor cantidad de variables tendrán mayor peso). Esto podría resultar en una estructura desequilibrada en el índice compuesto. En aras de evitar dar mayor peso a una dimensión que a otra por la cantidad de variables asignadas, las variables que describen cada dimensión tendrán igual peso. Luego se procederá con la etapa de la agregación. En la Tabla 11 se muestra la compatibilidad entre métodos de ponderación y agregación.

La ponderación refleja la calidad estadística de los datos. Mayores pesos podrían asignarse a datos estadísticamente confiables con una amplia cobertura, sin embargo, este método podría estar sesgado hacia los indicadores fácilmente disponibles, penalizando la información que es estadísticamente más problemática para identificar y medir.

Los métodos de agregación también varían. Mientras que el método de agregación lineal es útil cuando todos los indicadores individuales tienen la misma unidad de medida, siempre que se respeten algunas propiedades matemáticas, las agregaciones geométricas son más adecuadas si el modelador desea algún grado de no resarcibilidad entre indicadores o

dimensiones individuales. Además, las agregaciones lineales recompensan los indicadores de base proporcionalmente a las ponderaciones, mientras que las agregaciones geométricas recompensan a los países con puntuaciones más altas (Joint Research Centre-European Commission, 2008).

Tabla 11

Compatibilidad entre Métodos de Ponderación y Agregación

Métodos de ponderación	Métodos de agregación		
	Lineal ⁴	Geométrica	Multi-criterio
IP	Sí	Sí	Sí
ACP/AF	Sí	Sí	Sí
BDD	Sí ¹	No ²	No ²
MCNO	Sí	No ²	No ²
PAP	Sí	Yes	Yes
PJA	Sí	Sí	No ³
AC	Sí	Sí	No ³

1. Normalizado con el método de Min-Max.

2. BDD requiere agregación aditiva, argumentos similares aplican para MCNO.

3. Al menos con los métodos multicriterios que requieren ponderaciones como coeficientes de importancia.

4. Con agregaciones lineales y geométricas, los pesos son concesiones mutuas y no coeficientes de importancia.

Nota: adaptado de "Handbook on constructing composite indicators: methodology and user guide" por *Joint Research Centre-European Commission*, 2008, OECD publishing.

3.2.5. Séptima etapa

Munda y Nardo (2005) mencionaron que en las agregaciones lineales y geométricas los pesos expresan compensaciones entre los indicadores y un déficit en una dimensión puede ser compensado por un excedente en otra dimensión. Esto implica una incoherencia entre cómo se conciben los pesos (generalmente se mide la importancia de la variable asociada) y el significado real cuando se usan agregaciones geométricas o lineales. En una agregación lineal, la resarcibilidad es constante, mientras que, con agregaciones geométricas, la resarcibilidad es menor para los indicadores compuestos con valores bajos (citado por Joint Research Centre-European Commission, 2008). En tal sentido, en el presente modelo se ejecutará la agregación lineal en donde cada dimensión tiene igual importancia para el índice, motivo por el cual se le va a asignar un peso igual a 14.29% lo que equivale a un séptimo del total del índice.

3.2.6. Octava etapa

Como se evidencia la construcción de un índice compuesto puede incorporar errores cuando este es diseñado de manera deficiente, lo que conllevaría a una interpretación incorrecta de los resultados o el envío de mensajes equivocados. Como se sabe en la elaboración de un índice compuesto existen decisiones que se toman en base a juicios, lo que incorpora un nivel de subjetividad que afectan el mensaje del índice (Nardo et al., 2005). Es pertinente realizar una combinación de análisis de incertidumbre y sensibilidad para hacer más robusto el instrumento y de esta forma procurar un mejor debate sobre el mismo.

Soto y Schuschny (2009) añadieron los factores, entre otros, asociados con la incertidumbre en el diseño de un indicador: (a) la elección del modelo para estimar los errores de medición de los datos, (b) el mecanismo y marco metodológico utilizado para incluir o excluir subindicadores en el indicador sintético, (c) la forma en que los subindicadores son transformados, (d) el tipo de esquema de normalización o estandarización empleado con el fin de eliminar los efectos de escala que pudiera haber, (e) la cantidad de datos perdidos y la elección del método de imputación usado para llenar dichos vacíos, (f) el método de determinación de los factores de peso, (g) los niveles de agregación de la información si es que se superponen o complementan varios de ellos y, (h) la elección de sistema de agregación de los subindicadores y variables.

Se recomienda el uso de dos herramientas, el análisis de incertidumbre (AI) y análisis de sensibilidad (AS), el primero servirá para determinar el impacto de la incertidumbre en los factores de entrada para el valor del indicador compuesto y como se propagan dentro del mismo, el segundo, permite ver como cada fuente individual de incertidumbre contribuye con la varianza del producto (Nardo et al., 2005). La mayoría de los especialistas suelen aplicar por separado ambas herramientas, sin embargo, la OECD recomienda un uso iterativo de ambas para mejorar su estructura. Asimismo, Joint Research Centre-European Commission

(2008) recomendaron los pasos a seguir para evaluar la incertidumbre: (a) inclusión y exclusión de indicadores individuales, (b) error de modelado de datos basado en la información disponible sobre la estimación de la varianza, (c) usar esquemas de edición alternativos, (d) usar esquemas de normalización de datos alternativos, como Min-Max, estandarización, uso de clasificaciones, (e) usar diferentes esquemas de ponderación, (f) usar diferentes sistemas de agregación y, (g) usar diferentes valores plausibles para los pesos.

Schuschny y Soto (2009) recomendaron que para el análisis de incertidumbre y sensibilidad se puede aplicar la técnica de Montecarlo interviniendo todas las fuentes de incertidumbre para evaluar los efectos de estos cambios en el indicador luego de del análisis estadístico. Es decir, se recurrirá a simulaciones en las variables que componen las ecuaciones del modelo ingresando números seudo aleatorios. El análisis de sensibilidad permite apreciar cómo una variación en el producto puede distribuirse, cuantitativa o cualitativamente, a los cambios en los supuestos y cómo este indicador depende de la información que se le suministre. Se sabe que el modelo cuenta con diversas fuentes de incertidumbre por lo que se debe emplear una metodología de estimación de la sensibilidad en base a los cambios en la varianza, lo que permite su uso aun cuando no sea lineal, en tanto estas no se amplifiquen, pues habría pérdida de robustez de la herramienta. La simplicidad de este análisis permite identificar los principales factores que afectan la sensibilidad del indicador. Es importante indicar que el consenso en la arquitectura del diseño del indicador es una fuente de robustez para el análisis de incertidumbre y sensibilidad de la herramienta, así, un análisis combinado de ambos permite medir su solidez, aumentar su transparencia, valorar las diferencias en los resultados bajo ciertas suposiciones asumidas y centrar el debate en torno al índice (OECD; Comisión Europea, 2008).

La OECD y la Comisión Europea (2008) recomendaron en su etapa ocho volver a los detalles como una manera de ampliar el análisis del indicador compuesto. Subrayaron que

una herramienta compuesta no es un fin en sí mismo, sino un punto de partida para identificar causalidades y correlaciones, de ser el caso. Es decir, analizar la herramienta desde sus subcomponentes e indicadores para identificar de qué forma cada uno de ellos contribuyen con su resultado y determinar qué aspecto o aspectos son los impulsores para cada ente evaluado permitiendo entender la dinámica particular que subyace tras el resultado obtenido, además de distinguir aquel grupo de factores que dominan el indicador compuesto. Se recomienda escoger la mejor forma de representar esta descomposición de forma que muestren las fortalezas y debilidades halladas.

Se debe relacionar el indicador compuesto con aquellos fenómenos con los que se encuentra vinculado, que a menudo son conocidos y medibles, la OECD y la Comisión Europea (2008), en el paso nueve, recomendaron usar este vínculo para demostrar el poder explicativo del indicador pudiendo establecer correlaciones con estos conceptos, sin esperar establecer relaciones de causalidad, aunque se podría caer en la tentación de afirmarlo. Por ejemplo, el impacto que tienen algunos elementos de la herramienta en relación con el PBI podría estar correlacionado como no, esto demostraría una relación de causalidad. Por último, en el paso diez recomendaron no tomar de forma trivial la presentación de los resultados, pues un indicador es, como se señaló en al principio, una forma de representar una realidad, y en ese marco debe poder contar una historia, de forma rápida y precisa, a los usuarios finales.

Capítulo IV: Propuesta de un Índice de Transparencia Corporativa

4.1 Modelo del Índice de Transparencia Corporativa

El modelo de índice de transparencia corporativa propuesto se construye principalmente de información estadística basada en fuentes secundarias recolectadas en plataformas digitales, Alonso (2007) indicó que este canal de divulgación de información permite reducir las asimetrías por lo que en la actualidad las sociedades están optando y manteniendo una preferencia por este medio. En línea con lo expuesto y con relación a Los Principios para el Gobierno de las Sociedades, propuestos por la OECD, se recomienda que “los canales de divulgación de información deben permitir a los usuarios un acceso a la información justo, regular y con un coste razonable” (Johnston & Shelton, 2000, p.112), demostrando que internet y la tecnología posibilitan el acceso a la información. Otro componente del modelo es la información primaria que se recolectará a través de encuestas a colaboradores de las empresas en relación con la dimensión de programas anticorrupción. Esta representa información interna que no necesariamente pierde transparencia si no es publicada en plataformas públicas. De estas dos fuentes de información se alimentan las siete dimensiones que compondrán el modelo de medición de transparencia corporativa que busca asignar una calificación a cada una de las empresas donde se aplica. El modelo propuesto responde a la siguiente definición de transparencia corporativa: la transparencia corporativa es la divulgación de información sensible y fiable de la firma a disposición de sus grupos de interés y la sociedad en su conjunto con relación al giro del negocio, estructura y proceso de la junta directiva, estructura financiera, gobierno corporativo, responsabilidad social empresarial, dimensión social y políticas de anticorrupción.

4.2 Componentes del Índice de Transparencia Corporativa

El índice de transparencia corporativa propuesto comprenderá tres conceptos que tienen una secuencia lógica con relación a su significado; (a) la dimensión que se refiere a las

áreas que incluirá el modelo considerando su relevancia y aporte en la medición, (b) las variables que conformarán cada una de las dimensiones propuestas y, (c) los indicadores representados por los elementos o las evidencias que responden al comportamiento de cada variable permitiendo su medición. En la Figura 4 se representa gráficamente el modelo específico del índice de transparencia corporativa.

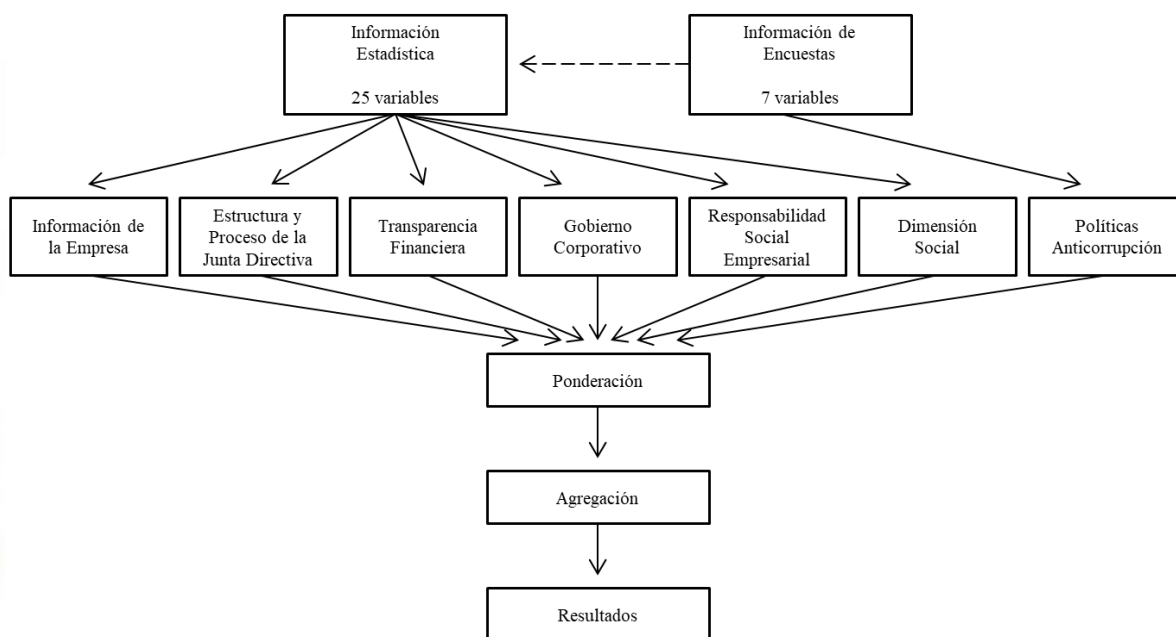


Figura 4. Modelo específico del índice de transparencia corporativa.

4.2.1 Dimensiones

Son las áreas macro que incluirá el índice de transparencia corporativa considerando su relevancia y aporte a la medición, es el elemento de mayor jerarquía y son (a) información de la empresa, (b) estructura y proceso de la junta directiva, (c) transparencia financiera, (d) gobierno corporativo, (e) responsabilidad social empresarial, (f) dimensión social y (g) políticas anticorrupción. En la Figura 5 se muestra una representación visual de las dimensiones del índice de transparencia corporativa.

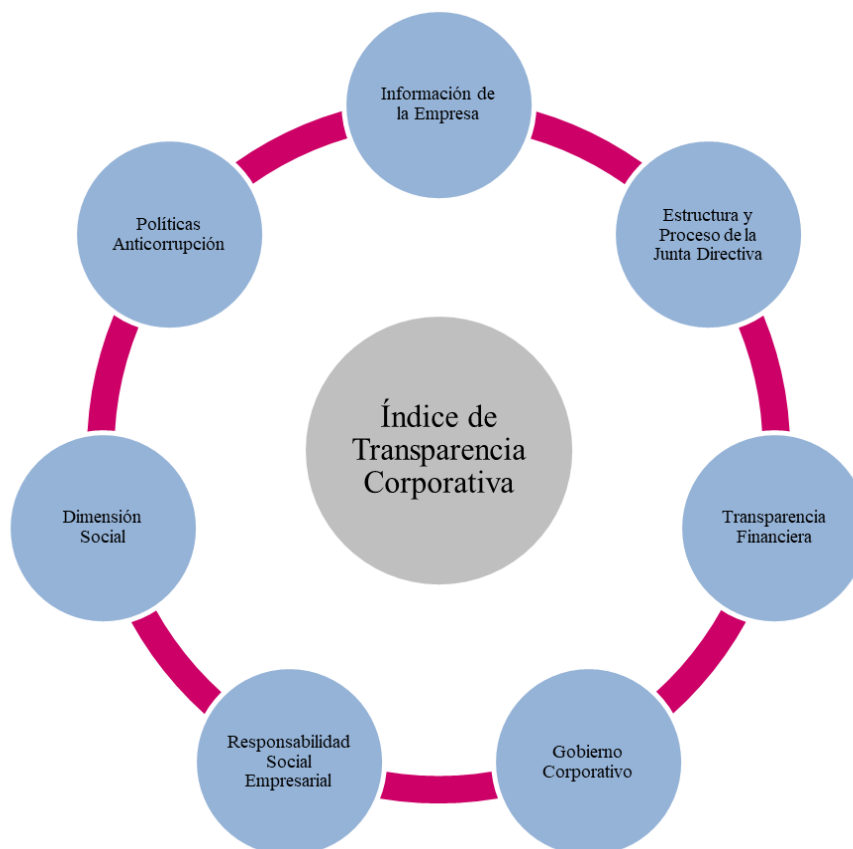


Figura 5. Dimensiones del índice de transparencia corporativa.

Dimensión información de la empresa. Keith (1976) afirmó que los informes anuales publicados son fuentes extremadamente importantes de información corporativa y su divulgación fomenta una saludable relación entre la empresa y los analistas financieros quienes ejercen influencia en el mercado de inversión de hoy. Healy y Palepu (2001) dijeron que compartir información sobre la empresa aporta a la transparencia frente a partes interesadas como accionistas e inversores, adicionalmente mitiga el riesgo al tomar decisiones sobre la inversión ya que se considera información real que expone la posición actual de la empresa. Keith (1976) afirmó que es importante divulgar la información de la empresa porque guarda una relación directa con el riesgo de mercado y a la vez incide positivamente en su rendimiento esperado, por esto se considera una dimensión indispensable para incluir en el modelo.

Dimensión estructura y proceso de la junta directiva. Baselga, Trujillo, Vähämaa, y Vähämaa (2018) afirmaron que la junta directiva es el mecanismo de gobierno interno más importante dentro de una empresa debido a que es responsable, entre otras cosas, de supervisar y controlar las principales decisiones estratégicas de largo plazo de la empresa, así como de garantizar que actúe buscando el mejor interés de sus accionistas. Los miembros de la junta directiva tienen un deber fiduciario no solo hacia los accionistas, sino también hacia sus otros grupos de interés, como lo son sus clientes y entes reguladores en el caso de empresas financieras. Baselga, et al. (2018) examinaron la asociación entre las características del directorio y la reputación ética de las instituciones financieras concluyendo que el ejercicio de una supervisión y monitoreo más estricto por parte de la junta directiva hace aumentar la reputación ética de la empresa, razón por la cuál es de suma importancia contar con el perfil profesional de los miembros del directorio, ya que brinda una descripción del conjunto de competencias, capacidades y habilidades que identifican la formación del director y por ende el grado de suficiencia del directorio en su conjunto para hacer frente al día a día en sus funciones. Por lo tanto, se colige que la divulgación de la dimensión de estructura y proceso de la junta directiva permite sembrar y proyectar la confianza, enmarcada en un clima ético, necesario en la industria.

Dimensión transparencia financiera. Esta dimensión está presente en todos los modelos de transparencia corporativa revisados, lo que demuestra que debido a su grado de relevancia la sociedad implícitamente exige al mundo corporativo divulgar sus reportes económico-financieros de forma transparente. Lander y Auger (2008) revelaron que cuando los mercados financieros colapsan la sociedad en su conjunto se ve afectada. Es en este momento en el cual la confianza se ve erosionada como el corolario de mantener gran medida de dicha información fuera de los estados financieros debido a la falta de información financiera transparente. Bhattacharya, Daouk y Welker (2003) definieron la transparencia

financiera como la medida de la cantidad de información concerniente a los rendimientos de la empresa que refleje su verdadero desempeño económico. Pozner (2008) argumentó que una conducta corporativa inicua lleva a las empresas a desviarse deliberada o negligentemente de las normas legales o sociales prevalecientes, sin tener en cuenta la seguridad de sus grupos de interés quienes se ven afectados por estos actos (citado por Qian, Gao y Tsang, 2015).

En tal sentido, Panchasara y Bharadia (2013) coligieron que los informes financieros corporativos brindan información fundamental a una amplia gama de responsables políticos en todo el sector de la economía y de mucha utilidad para los accionistas, la administración, el gobierno, los acreedores y la sociedad en general. Los reportes financieros son un insumo vital para una gestión eficaz y eficiente; y la transparente divulgación de las operaciones conlleva a un entorno institucional financiero saludable, competitivo y dinámico permitiendo brindar a las partes interesadas la confianza tan necesaria en la construcción de relaciones tanto económicas y financieras como comerciales y sociales.

Dimensión gobierno corporativo. Cadbury (1992) afirmó que el gobierno corporativo es el sistema mediante el cual se dirige a las empresas, sin tener en cuenta elementos externos como los mercados, los bancos y los asesores, cuya práctica afecta en gran medida en cómo funciona cada sistema nacional, mientras que Grant (2003) definió el gobierno corporativo como una teoría amplia vinculada con la alineación de la administración y los intereses de los accionistas (citado por Pintea & Fulop, 2015). OECD (2004) definió el buen gobierno corporativo como el sistema mediante el cual las empresas se dirigen y controlan, es un elemento clave en la mejora de la eficiencia económica y el crecimiento, así como en la mejora de la confianza de los inversionistas (Nerantzidis, Filos & Lazarides, 2012). OECD (2015) indicó que el buen gobierno corporativo no es un fin en sí mismo, sino más bien, es un medio para apoyar la eficiencia económica, el crecimiento sostenible y la estabilidad

financiera. El buen gobierno corporativo facilita el acceso de las empresas al capital para inversiones a largo plazo y ayuda a garantizar que todas las partes interesadas sean tratadas de manera justa contribuyendo al éxito de la empresa. La dimensión de buen gobierno corporativo debe incluirse en el modelo de transparencia corporativa porque según Long (2015) y Bushman y Smith (2003) es considerado un aspecto clave debido a que a través de su estructura, políticas y procedimientos se gestiona y dirige la empresa, de esta manera se puede asegurar que los grupos de interés reciban información relevante y los directivos no sean sensibles a fraudes o errores.

Dimensión responsabilidad social empresarial. Khoury, Rostami y Turnbull (1999) coligieron que la responsabilidad social corporativa es la relación de la empresa con todos sus grupos de interés incluyendo clientes, empleados, comunidades, propietarios o inversionistas, gobierno central, proveedores y competidores. Los elementos de la responsabilidad social incluyen inversión en la comunidad, relaciones laborales, creación y mantenimiento de empleo, manejo ambiental y desempeño financiero. La empresa debe considerar revelar las expectativas y compromisos establecidos con los grupos de interés, así como la adopción de prácticas de beneficio mutuo, relacionamiento, y los medios de verificación y cumplimiento. Shahzad, Gul y Azam (2016) afirmaron que las empresas deben estar familiarizadas con las nuevas demandas del mercado y la sociedad administrando sus procesos con la intención de generar un impacto positivo en la comunidad y sociedad en general. Es de vital importancia que la empresa comunique sus prácticas y logros de responsabilidad social empresarial a sus grupos de interés con el fin de mejorar su ventaja competitiva promoviendo su propuesta de valor. Es necesario que la empresa revele el nivel de cumplimiento de cada una de las metas en relación con cada uno de sus grupos de interés. Crețu y Iova (2016) coligieron que las actividades de responsabilidad social generan un entorno de confianza y orgullo para los colaboradores de la empresa, permite minimizar riesgos y alcanzar las metas financieras

trazadas, contribuye con el fortalecimiento de la comunidad y por lo tanto propicia el desarrollo sostenible de la empresa, por lo que es relevante que la empresa divulgue un reporte integral de su gestión de sostenibilidad. Baumgartner (2014) manifestó que es importante que se identifiquen las necesidades de todos los grupos de interés, y trabajar por satisfacerlas con la convicción de no dejar de hacerlo, porque es en este punto donde se generan las oportunidades para la empresa constituyéndose en una fuente generadora de competitividad garantizando la sostenibilidad empresarial. Los proyectos de protección ambiental y las inversiones ambientales se hacen necesarios en la gestión empresarial, Gan Goh, Eze y Lim (2012) argumentaron que las prácticas de desarrollo ambientalmente sostenibles concilian la atención de la opinión pública y la sociedad en general debido a las diversas actividades empresariales irresponsables que ocasionan tal contaminación y degradación ambiental sin comparación en la historia. La creciente conciencia y sensibilidad ante estos hechos ha provocado una mayor y formal exigencia tanto para las empresas manufactureras como para las organizaciones empresariales que busquen adoptar e incorporar prácticas eco-amigables para mejorar su desempeño ambiental y organizacional.

Dimensión social. Hace mención de aquellas variables internas relacionadas con los grupos de interés clave de las empresas que son los trabajadores. Incluye indicadores relacionados con el ambiente laboral y el bienestar, con el objetivo de confirmar el correcto relacionamiento con ellos (Trujillo & Guzman, 2015). Martínez, E. y Martínez, F. (2009) afirmaron que la empresa es el ente a cargo de la producción de bienes y servicios destinados a satisfacer las necesidades a partir de recursos escasos. El éxito de una empresa radica en la articulación y el desempeño que muestra la firma en tres dimensiones esenciales: la económica, que mide su eficiencia; la comunidad laboral, que mide su cohesión y estabilidad; y la célula social, que calibra el aporte al bienestar de la sociedad. En tal sentido es loable

medir el desempeño empresarial en su dimensión social. Porter y Kramer (2006) mencionaron que los gerentes tienen la obligación de añadir valor social al actuar empresarial de tal manera que tenga un alcance mayor a lo que la regulación exige, en consecuencia, buscan el desempeño social en paralelo con las metas financieras (citado por Nason, Bacq y Gras, 2018). En tal sentido, aquellas empresas que desarrollan competencias en su dimensión social no solo buscan optimizar sus rendimientos, sino también promueven el crecimiento del capital humano que asegure su vigencia en un horizonte de largo aliento.

Dimensión políticas de anticorrupción. Argandoña y Morel (2009) definieron la corrupción como el acto de influenciar en alguien mediante la acción y consecuencia de entregar o aceptar una dádiva con el objeto de que acepte o no hacer algo eludiendo lo formal o implícitamente normado sobre lo que es correcto hacer con la premeditada intención de favorecer al benefactor o a un tercero. La sociedad ha venido enfrentando a la corrupción como una de sus más grandes debilidades a través de su historia sin poder combatirla. Myers y Rouzaud (2016) afirmaron que la corrupción es un problema que aqueja a las naciones y ha llegado a un punto tal que su mal accionar tiene repercusiones, sociales, económicas, políticas y empresariales que soslayan el crecimiento de la sociedad como ciudadanos de una aldea global. En tal sentido, es relevante poder evaluar el nivel de anticorrupción en las empresas como parte de su nivel de transparencia corporativa. Ajagun (2012) halló en su investigación que un deficiente o bajo nivel de compromiso favorece la ineficacia de las políticas anticorrupción, vale decir que reduce de forma inversa la efectividad de la lucha contra la corrupción. Argandoña y Morel (2009) afirmaron, en tal sentido, que cuando la empresa le declara la lucha a la corrupción está apostando por la sostenibilidad de sus operaciones en el largo plazo lo que va a garantizar el retorno de la inversión. Contar con un compromiso declarado públicamente con la lucha contra la corrupción se vuelve ética y económicamente necesario, por lo que es relevante poder evaluar el nivel de anticorrupción en las empresas

como parte de su nivel de transparencia corporativa. La dimensión de políticas anticorrupción del modelo de medición de transparencia corporativa propuesto estará basada en políticas internas que no necesariamente están divulgadas en espacios públicos como plataformas en internet, por lo que es la única dimensión del modelo que necesitará validación de personas de cada empresa a través de encuestas que permitan confirmar la existencia de cada indicador propuesto.

4.2.2 Variables e Indicadores

Se refieren a los temas, elementos y evidencias que conformarán cada una de las dimensiones propuestas con el objetivo de poder medirlas. Su elección para ser incluidas en el modelo se basó en el criterio de los investigadores luego de un proceso de revisión de literatura relacionada con el tema, tomando en cuenta los pasos para el desarrollo de un indicador y considerando el aporte de cada variable al objetivo final de crear un modelo que busque mitigar la corrupción. Al definir un formato de ponderación simple, todas las variables recibirán el mismo peso dentro de su dimensión. Los indicadores son considerados simples pues se le asignará un valor de 1 si la información es revelada y 0 si no lo es. Los criterios para la selección de las variables e indicadores del índice de transparencia corporativa son (a) los indicadores deben ser levantados de fuentes secundarias oficiales en internet confirmando la disponibilidad y acceso de la información a los *stakeholders* interesados, con excepción de la dimensión sobre políticas anticorrupción que se levantará a través de fuentes primarias representadas por los colaboradores de las empresas, (b) que los indicadores aporten en la medición de transparencia corporativa definida en la presente investigación y, (c) que las fuentes de información tengan vigencia en el tiempo a largo plazo con la finalidad de poder realizar mediciones futuras y evaluar el desempeño evolutivo de los indicadores propuestos.

Las fuentes utilizadas para la dimensión de información de la empresa son: (a) página web corporativa de la empresa y/o (b) página web de la Superintendencia del Mercado de Valores [SMV].

La fuente utilizada para la dimensión de estructura y proceso de la junta directiva es la página web de la Superintendencia del Mercado de Valores [SMV].

Las fuentes utilizadas para la dimensión de transparencia financiera son: (a) página web corporativa de la empresa y/o (b) página web de la Superintendencia del Mercado de Valores [SMV].

La fuente utilizada para la dimensión de gobierno corporativo es la página web de la Superintendencia del Mercado de Valores [SMV].

Las fuentes utilizadas para la dimensión de responsabilidad social empresarial son: (a) página web corporativa de la empresa y/o (b) página web de la Superintendencia del Mercado de Valores [SMV].

Las fuentes utilizadas para la dimensión social son: (a) página web corporativa de la empresa y/o (b) página web de empleo de la empresa.

La fuente utilizada para la dimensión políticas anticorrupción es primaria y se levantará a través de la aplicación de una encuesta. Sin embargo, para efectos del presente trabajo y relacionado con limitaciones de tiempo y acceso, se buscará la información en la página web de la empresa para poder otorgar una calificación a cada indicador propuesto.

Como resultado del modelo, las variables consideradas en la dimensión información de la empresa son: (a) perfil de la empresa, (b) planificación estratégica, (c) misión, visión y valores, (d) origen de la empresa y, (e) empresas relacionadas.

Las variables consideradas en la dimensión estructura y proceso de la junta directiva son: (a) nombres y/o perfiles de los miembros, (b) remuneraciones de los miembros y, (c) procesos de selección y elección de los miembros.

Las variables consideradas en la dimensión transparencia corporativa son: (a) estados financieros, (b) indicadores financieros y, (c) rendimientos de inversiones.

Las variables consideradas en la dimensión gobierno corporativo son: (a) derechos de los accionistas, (b) estructura de gobierno, (c) políticas para el directorio y alta gerencia, (d) factores de riesgo y, (e) estructuras de control.

Las variables consideradas en la dimensión responsabilidad social empresarial son: (a) relacionamiento con grupos de interés, (b) resultados de la RSE con grupos de interés, (c) reporte de sostenibilidad y, (d) proyectos de protección ambiental.

Las variables consideradas en la dimensión social son: (a) cultura y ambiente laboral, (b) clima organizacional, (c) formación y educación, (d) libertad laboral y, (e) empleo y selección de trabajadores.

Las variables consideradas en la dimensión políticas anticorrupción son: (a) compromiso contra la corrupción, (b) código de ética o conducta, (c) extensión de políticas anticorrupción, (d) capacitación de políticas anticorrupción, (e) canales de contacto, (f) monitoreo y, (g) prácticas anticompetitivas.

4.3 Forma de Cálculo del Índice de Transparencia Corporativa

Para llegar a calcular el índice de transparencia corporativa hay que pasar por las dos fases propuestas en el capítulo tres: (a) fase cualitativa y (b) fase operativa. Después de agotar la primera fase y haber definido el marco teórico, determinado las dimensiones, seleccionado las variables e identificado los indicadores; se procede con la fase operativa en la construcción del índice. El modelo de transparencia corporativa presenta variables categóricas dicotómicas y están expresadas en unidades iguales en cada dimensión; razón por la cual no se incurren en la necesidad de normalizarlas. El presente modelo hace frente a dos retos principales: (a) la ponderación de las variables y, (b) la agregación de las dimensiones.

4.4 Criterios de Ponderación y Agregación

El modelo propuesto exhibe variables que son igualmente prioritarias motivo por el cual todas las variables de cada dimensión tienen el mismo peso. Por tal razón para la construcción del índice de transparencia corporativa se aplicará el método de igual ponderación (IP).

En la siguiente etapa se procederá a agregar las dimensiones a partir del método de agregación lineal. Debido a que cada dimensión tiene igual relevancia para el índice de transparencia corporativa en el modelo propuesto en la presente investigación, a cada una de ellas se le asignará una ponderación del orden de 14.29% lo que equivale a un séptimo del total del índice.

4.5 El Rol de la Encuesta en el Índice de Transparencia Corporativa

La dimensión sobre políticas de anticorrupción del modelo de transparencia corporativa propuesta demanda la necesidad de levantar información interna de la empresa relacionada con el conocimiento de los colaboradores sobre políticas que promuevan la transparencia, pero sobre todo que se reconozcan los esfuerzos de la empresa por combatir la corrupción. Esta información no se considera que deba ser exigible de divulgar públicamente por lo que no se propone levantarla a través de fuentes secundarias siendo la recomendación trabajar una encuesta que sea aplicada a los colaboradores de las empresas que participarán en la medición. Las variables que se recogerán en la herramienta son: (a) compromiso de la empresa contra la corrupción, (b) código de conducta, (c) extensión de políticas anticorrupción, (d) capacitación de políticas anticorrupción, (e) canales de contacto, (f) monitoreo y, (g) prácticas anticompetitivas.

La encuesta propuesta se considera como no experimental y de carácter transeccional pues la información será recolectada en un espacio de tiempo definido, por otro lado demuestra una naturaleza exploratoria al no haber encontrado estudios similares a nivel local.

No se considera una herramienta correlacional pues su objetivo no es demostrar asociaciones entre las variables consideradas.

4.5.1 Población objetivo

La muestra será tomada a colaboradores de las empresas que conformen un sector con el objetivo de medirlas de forma individual asignándoles una puntuación y pudiendo hacer comparaciones. La aplicación se hará de forma presencial a través de un formato impreso. Se consideran filtros para evitar posibles sesgos no pudiendo participar colaboradores que trabajen o hayan trabajado en: (a) empresas de investigación de mercados, (b) medios de comunicación y, (c) auditoras o consultoras. Adicionalmente deben estar actualmente trabajando en alguna de las empresas del sector con una antigüedad no menor a un año, este filtro se aplica con el objetivo de asegurar que el encuestado conozca las políticas de la empresa y que haya interactuado con ellas. Para efectos de la presente investigación el sector donde se aplicará el instrumento será el de banca comercial en Perú tomando las 16 empresas que cotizan en la bolsa. En la Tabla 12 se detalla la relación.

Tabla 12

Relación de Bancos Comerciales que Cotizan en la Bolsa de Valores

	Banco Comercial
1.	Banco Continental
2.	Banco del Comercio
3.	Banco de Crédito
4.	Banco Financiero
5.	Banco Interamericano de Finanzas
6.	Scotiabank
7.	Citibank
8.	Interbank
9.	Mibanco
10.	GNB
11.	Falabella
12.	Ripley
13.	Azteca
14.	Cencosud
15.	ICBC
16.	Santander

4.5.2 Determinación de la muestra

Al tratarse de un sector centralizado en la capital, se propone tomar la muestra en las oficinas centrales de los bancos seleccionados ubicadas en Lima. Se utilizará la metodología estándar para definir la cantidad de encuestas óptima para asegurar la representatividad en la medición con un nivel de confianza del 95.5% y un error muestral del 5%. Para esta industria, los datos fueron tomados de la Superintendencia de Banca y Seguros y se recomienda considerar el tamaño de muestra indicado en la Tabla 10.

El instrumento de medición empleado consta de dos partes: (a) preguntas filtros para asegurar que el perfil de los encuestados cumpla con las características de la población objetivo, (b) preguntas relacionadas a los programas y políticas anticorrupción en las empresas.

Tabla 13

Tamaño de la Muestra para la Industria Banca Comercial en Perú

Empresas	Gerentes	Funcionarios	Empleados	Otros	Total	Muestra
B. Continental	434	3,775	1,770	153	6,132	361
B. de Comercio	6	306	358	43	713	249
B. de Crédito del Perú (con sucursales en el exterior)	471	4,870	11,222	4,901	21,464	377
B. Pichincha*	21	101	1,539	43	1,704	313
B. Interamericano de Finanzas	23	128	1,175	45	1,371	300
Scotiabank Perú	277	2,135	3,467	188	6,067	361
Citibank	115	71	35	115	336	180
Interbank (con sucursales en el exterior)	55	3,044	3,634	93	6,826	364
Mibanco	34	817	9,229	82	10,162	371
Banco GNB	14	138	341	0	493	216
B. Falabella Perú	10	155	2,132	31	2,328	330
B. Santander Perú	14	25	69	0	108	85
B. Ripley	10	43	1,634	0	1,687	313
B. Azteca Perú	237	6	1,956	12	2,211	328
B. Cencosud	8	15	874	3	900	270
B. ICBC	4	11	36	1	52	46
Total	1,733	15,640	39,471	5,710	62,554	4,464

4.5.3 Relevancia y validación de la herramienta

Para asegurar la relevancia de las preguntas incluidas en la herramienta propuesta se solicitó una validación a través de un formato virtual donde, a través de escala de *Likert*, se solicitó calificar la relevancia de cada indicador que, planteado como pregunta, tenía las siguientes opciones de respuesta (a) totalmente de acuerdo con valoración 5, (b) de acuerdo con valoración 4, (c) ni de acuerdo ni en desacuerdo con valoración 3, (d) en desacuerdo con valoración 2, (e) totalmente en desacuerdo con valoración 1. Se obtuvieron 214 respuestas y los resultados fueron los siguientes:

1. Para identificar una lucha clara contra la corrupción en las empresas, ¿considera relevante contar con un compromiso público de lucha contra esta?
Promedio ponderado: 3.98
2. Para identificar una lucha clara contra la corrupción en las empresas, ¿considera relevante contar con un código de conducta y/o políticas que apliquen a toda la compañía?
Promedio ponderado: 4.21
3. Para identificar una lucha clara contra la corrupción en las empresas, ¿considera relevante extender las políticas y códigos de conducta a las entidades relacionadas como proveedores, contratistas, etc.?
Promedio ponderado: 4.13
4. Para identificar una lucha clara contra la corrupción en las empresas, ¿considera relevante contar con un programa de capacitación sobre las políticas anticorrupción a todos los empleados?
Promedio ponderado: 4.19

5. Para identificar una lucha clara contra la corrupción en las empresas, ¿considera relevante contar con un canal adecuado para informar dudas y/o posibles infracciones?

Promedio ponderado: 4.18

6. Para identificar una lucha clara contra la corrupción en las empresas, ¿considera relevante contar con un monitoreo del programa anticorrupción?

Promedio ponderado: 4.13

7. Para identificar una lucha clara contra la corrupción en las empresas, ¿considera relevante contar con un compromiso contra prácticas anticompetitivas como concertación de precios y dumping?

Promedio ponderado: 4.09

Todas las preguntas obtuvieron una calificación por encima de la media demostrando relevancia.

4.5.4 Cuestionario final

El cuestionario final incluyó 13 preguntas que abarcaron todas las variables definidas en la dimensión anticorrupción del modelo de medición de transparencia corporativa propuesto, adicionalmente de tres preguntas filtro. El modelo final del instrumento como sería aplicado se puede ver en el Apéndice B.

4.5.5 Análisis de la confiabilidad de los resultados

Para medir la consistencia interna del conjunto de indicadores individuales del instrumento se empleó el coeficiente *alfa de Cronbach*, con el objetivo de validar el grado de representatividad de la información de múltiples variables en un solo indicador. Para confirmar la confiabilidad del instrumento la calificación debe ser mayor a 0.5, y mientras el resultado sea más cercano a 1 significa que es más confiable, siendo por encima de 0.8 lo ideal (OECD, 2008).

En el caso de la dimensión anticorrupción se procedió a encuestar a 214 personas que contestaron un cuestionario compuesto de siete preguntas en una escala de *Likert* lo que permitió obtener un *alfa de Cronbach* de 0.951 que demuestra la confiabilidad del instrumento, en la Tabla 14 se puede revisar el cálculo.

Tabla 14

Cálculo del Alfa de Cronbach de la Herramienta de Medición de la Dimensión

Anticorrupción

Estadístico	Valores
Nº Preguntas (K)	7.000
Nº Preguntas - 1	6.000
Varianza de la suma (A)	56.789
Suma de las varianzas individuales de las preguntas (B)	10.521
$(A) / (B) = (C)$	0.185
$K / (K - 1)$	1.167
$1 - (C)$	0.815
Abs. Factor $(1 - C)$	0.815
Alfa de Cronbach > 0,8 (Alta fiabilidad)	0.951

Como resultado del análisis y procesos trabajados en el presente capítulo, se detalla en la Tabla 15 el modelo de medición de transparencia corporativa completo.

El presente modelo ha sido validado por expertos relevantes para la investigación, considerando expertos en metodología de la investigación, políticas anticorrupción, sustentabilidad y gobierno corporativo, estadística, lengua y literatura y banca comercial. Su experiencia en el rubro así como las validaciones y comentarios se pueden revisar en el Apéndice C.

Tabla 15

Propuesta de Modelo de Medición de Transparencia Corporativa

Dimensión	Variable	Ponderación	Indicador	Tomado / Adaptado de	Fuente
1. Información de la empresa	Revelación del perfil de la empresa	0.20	La empresa revela información del tipo societario, porcentaje de las acciones, actividad económica y operación nacional e internacional.	Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina	Página web corporativa de la empresa y/o SMV
	Revelación de la planificación estratégica	0.20	La empresa revela un resumen del plan estratégico en desarrollo y los principales desafíos, como mínimo sus líneas generales.	Transparencia y Buen Gobierno	Página web corporativa de la empresa y/o SMV
	Revelación de la misión, visión y valores de la empresa	0.20	La empresa revela la misión o propósito, visión y valores de la compañía.	Transparencia y Buen Gobierno	Página web corporativa de la empresa y/o SMV
	Revelación del origen de la empresa	0.20	La empresa revela información sobre su evolución histórica, enfatizando en los hitos relevantes.	Transparencia y Buen Gobierno	Página web corporativa de la empresa y/o SMV
	Revelación de las empresas relacionadas	0.20	La empresa revela información sobre subsidiarias del grupo económico al que pertenece.	Propio	Página web corporativa de la empresa y/o SMV
2. Estructura y proceso de la junta directiva	Revelación de los nombres y/o perfiles de los miembros de la junta directiva	0.33	La empresa revela el listado de nombres completos y/o perfil profesional de cada uno de los miembros de la junta directiva de la compañía.	Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina / <i>Standard and Poor's</i>	SMV
	Revelación de la remuneración de los miembros de la junta directiva	0.33	La empresa revela los honorarios por asistencia a las sesiones de la junta directiva en el año.	Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina / <i>Standard and Poor's</i>	SMV
	Revelación del proceso de selección y elección de los miembros de la junta directiva	0.33	La empresa revela el proceso de elección, periodo y metodología de votación para la elección de los miembros de la junta directiva.	Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina / <i>Standard and Poor's</i>	SMV
3. Transparencia financiera	Revelación de los estados financieros	0.33	La empresa revela sus estados financieros consolidados.	<i>Standard and Poor's</i>	Página web corporativa de la empresa y/o SMV
	Revelación de los indicadores financieros	0.33	La empresa revela indicadores de eficiencia como ROA, ROE, liquidez, endeudamiento y solvencia.	<i>Standard and Poor's</i>	SMV

	Revelación del rendimiento de inversiones	0.33	La empresa revela el rendimiento de los portafolios de inversión en moneda local y/o extranjera.	<i>Standard and Poor's</i>	SMV
4. Gobierno corporativo	Declaración de los derechos de los accionistas	0.20	La empresa declara promover el trato igualitario en todos los participantes accionariados.	<i>Global Reporting Initiative</i>	SMV
	Definición de la estructura de gobierno	0.20	La empresa define la estructura de gobierno de la organización.	<i>Global Reporting Initiative</i>	SMV
	Revelación de políticas para el directorio y alta gerencia	0.20	La empresa revela la política de selección y remuneración de los altos directivos.	<i>Global Reporting Initiative</i>	SMV
	Revelación de factores de riesgo	0.20	La empresa revela su gestión de riesgo y adhesión a estándares internacionales.	<i>Global Reporting Initiative</i>	SMV
	Revelación de estructuras de control	0.20	La empresa declara contar con procesos y prácticas de control interno y externo.	<i>Global Reporting Initiative</i>	SMV
5. Responsabilidad social empresarial	Revelación de relacionamiento con grupos de interés	0.25	La empresa revela las expectativas y compromisos establecidos con los grupos de interés, así como la adopción de prácticas de beneficio mutuo, relacionamiento, y los medios de verificación y cumplimiento.	Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina	Página web corporativa de la empresa y/o SMV
	Revelación de los resultados de la RSE con grupos de interés	0.25	La empresa revela el nivel de cumplimiento de cada uno de los temas de relacionamiento con los grupos de interés (sostenibilidad, confianza y reputación corporativa, gestión transparente y respeto a los derechos humanos, comportamiento de apoyo de los grupos de interés y prácticas laborales).	Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina	Página web corporativa de la empresa y/o SMV
	Divulgación del reporte de sostenibilidad	0.25	La empresa revela el reporte integrado de gestión sostenible, basado en el GRI.	Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina	Página web corporativa de la empresa y/o SMV
	Revelación de sus proyectos de protección ambiental	0.25	La empresa revela la política de gestión ambiental y los proyectos llevados a cabo para proteger el impacto ambiental (calidad del aire, desarrollo limpio, emisiones, cambio climático, biodiversidad, ecoeficiencia, etc.).	Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina	Página web corporativa de la empresa y/o SMV
6. Dimensión social	Divulgación de la gestión de la cultura y el ambiente laboral	0.20	La empresa revela el proceso de gestionar cultura a través del fortalecimiento de competencias y valores para mejorar comportamientos.	Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina	Página web corporativa de la empresa y/o páginas web de empleo de la empresa

	Divulgación de resultados de medición del clima organizacional	0.20	La empresa revela los resultados de la medición del clima laboral bajo estándares internacionales.	Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina	Página web corporativa de la empresa y/o páginas web de empleo de la empresa
	Divulgación de los procesos de formación y educación	0.20	La empresa menciona la existencia de un proceso de evaluación por desempeño a empleados y la cobertura alcanzada en el año, así como capacitaciones para el desarrollo de habilidades.	<i>Global Reporting Initiative</i>	Página web corporativa de la empresa y/o páginas web de empleo de la empresa
	Divulgación de políticas de libertad laboral	0.20	La empresa cuenta con una política contra de discriminación laboral, libertad sindical, negociación colectiva, diversidad e igualdad de oportunidades.	<i>Global Reporting Initiative</i>	Página web corporativa de la empresa y/o páginas web de empleo de la empresa
	Revelación de la política de empleo y selección de trabajadores	0.20	La empresa cuenta con un proceso claro, abierto, explícito y conocido para nuevas contrataciones o movilidades/promociones internas.	<i>Global Reporting Initiative</i>	Página web corporativa de la empresa y/o páginas web de empleo de la empresa
7. Políticas anticorrupción	Declaración de compromiso contra la corrupción	0.14	La compañía tiene un compromiso declarado públicamente con la lucha contra la corrupción.	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Revelación de código de ética/conducta	0.14	El código de ética/conducta y política anticorrupción de la compañía se aplica explícitamente a todos los empleados y directores.	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Extensión de las políticas anticorrupción	0.14	El programa anticorrupción de la compañía se aplica a personas o entidades no controladas que proporcionan bienes o servicios bajo contrato (por ejemplo: contratistas, subcontratistas, proveedores).	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Existencia de capacitación de políticas anticorrupción	0.14	Tiene la compañía un programa de capacitación anticorrupción para sus empleados y directores.	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Existencia de canales de contacto sobre actos anticorrupción	0.14	Proporciona la compañía un canal a través del cual los empleados pueden informar presuntas violaciones de las políticas anticorrupción, y permite el canal un informe confidencial y / o anónimo (denuncia de irregularidades).	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Monitoreo políticas anticorrupción	0.14	La compañía lleva a cabo un monitoreo regular de su programa anticorrupción para revisar la idoneidad y efectividad del programa e implementar mejoras según corresponda.	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Declaración de prácticas anticompetitivas	0.14	La empresa declara su compromiso contra prácticas anticompetitivas como concertación de precios y dumping.	Global Reporting Initiative	Encuesta

Capítulo V: Resultados de la Aplicación del Modelo de Medición de Transparencia

Corporativa

El presente modelo de transparencia corporativa permite medir y calificar a las empresas de manera transeccional, razón por la cual se hace necesario ejecutar el levantamiento de información en un mismo momento en el tiempo con la finalidad de hacer que dichas mediciones sean comparables. Se propone realizar la medición una vez al año, idealmente en el mismo período del año debido al cambio constante que se suscita en materia de transparencia. Adicionalmente el modelo permitirá evaluar la evolución de los indicadores reflejando mejoras o áreas de oportunidad para cada empresa. El modelo fue aplicado a la industria de banca comercial en el Perú y los resultados se exhiben en el presente capítulo.

5.1 La Industria de Banca Comercial en el Perú

Stiglitz (2002) señaló que el sistema financiero de un país es como el cerebro de la economía que orienta el capital escaso hacia donde este sea más efectivo o produzca mayores rendimientos. Es una corriente transversal a todos los sectores de la economía cuyo flujo, representado por el dinero, hace posible y viable el crecimiento de los negocios y los países. De la misma forma, las relaciones entre las entidades que conforman el sistema son tan intensas que el deterioro en uno solo de sus integrantes trae repercusiones negativas en todo el sistema económico e incluso adopta un carácter global. Plihon (2015) comentó el papel del estado y las políticas liberales como responsables de las grandes crisis, además de subrayar su carácter cíclico y previsible. Cuando en el 2008 el sistema financiero mundial quebró en lo que se llamó la crisis de los *subprime*, dejó en claro que los mecanismos de auto regulación no eran suficientes y que las instituciones financieras debían ser supervisadas y reguladas, haciéndose necesaria una mayor presencia del estado. Sin embargo, mientras las instituciones financieras perdieron miles de millones de dólares por sus operaciones negligentes, los ejecutivos de estas cobraron cientos de miles de dólares en compensaciones y bonificaciones

(Rojas & Salgado, 2018). Pareciera que eran situaciones desconectadas y que no correspondían a la misma realidad, sin embargo, fueron las postales de una de las peores crisis de estos tiempos. En este marco resulta adecuado medir desde una perspectiva amplia, no solo financiera, sino también desde la gestión y las buenas prácticas del sector.

La Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros, Ley N° 26702, indica que el sistema financiero del Perú está conformado por empresas bancarias, empresas financieras, cajas rurales de ahorro y crédito, cajas municipales de ahorro y crédito, cajas municipales de crédito popular, empresa de desarrollo de la pequeña y micro empresa, empresa de arrendamiento financiero, empresa de *factoring*, empresa afianzadora y de garantías, empresa de servicios fiduciarios y cooperativas de ahorro y crédito autorizadas a captar recursos del público. Esta discriminación atiende a los propósitos diferentes a las que cada tipo de entidad se dedica, sea que este provenga del tamaño de operaciones, el tipo de cliente, ubicación de sus operaciones, entre otros. El sector bancario queda definido como aquella empresa bancaria cuyo negocio principal consiste en recibir dinero del público en depósito o bajo cualquier otra modalidad contractual, y en utilizar ese dinero, su propio capital y el que obtenga de otras fuentes de financiación, en conceder créditos en las diversas modalidades, o aplicarlos a operaciones sujetas a riesgos de mercado, o también conocida como banca múltiple, es decir, las empresas especializadas en la intermediación del crédito, recibiendo sus ingresos de la utilidad por el diferencial de tasas, activa y pasiva, entre las operaciones de captación y colocación de capital.

En el Perú el sector bancario está conformado por 16 empresas, con un volumen de colocaciones totales de S/245,551 mil millones de soles a diciembre de 2017. Es importante señalar que cuatro bancos comprenden el 82.76% de las colocaciones del país, lo que

demuestra una alta concentración. En la Figura 6 se pueden revisar los créditos directos por empresa y en la Tabla 16 la participación en colocaciones en el sector bancario del Perú.

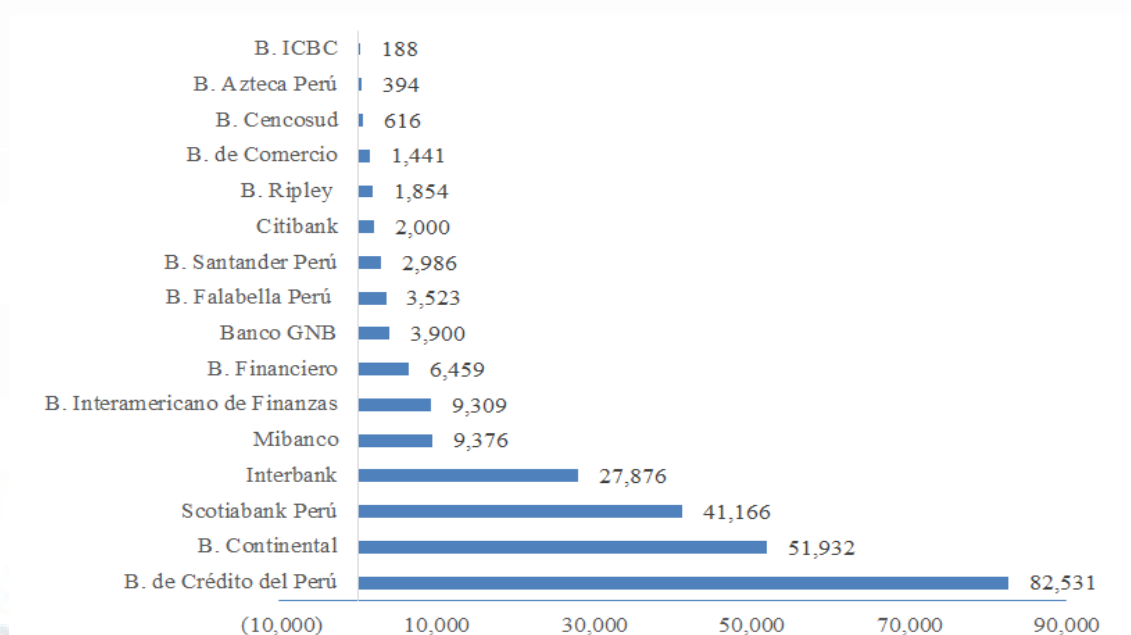


Figura 6. Créditos directos por empresas bancarias al 31 de diciembre del 2017 en millones de soles.

Adaptado de “Boletín Mensual de la Superintendencia de Banca y Seguros,” 2017, (http://www.sbs.gob.pe/app/stats_net/stats/EstadisticaBoletinEstadistico.aspx?p=1#).

Tabla 16

Participación en Colocaciones en el Sector Bancario del Perú

Ranking	Empresa	2017 (%)	Porcentaje Acumulado
1	B. de Crédito del Perú	33.16	33.16
2	B. Continental	21.29	54.45
1 3	Scotiabank Perú	16.88	71.33
4	Interbank	11.43	82.76
5	Mibanco	3.84	86.60
6	B. Interamericano de Finanzas	3.82	90.42
7	B. Financiero	2.65	93.07
8	B. GNB	1.60	94.67
9	B. Falabella Perú	1.44	96.11
10	B. Santander Perú	1.22	97.34
11	Citibank	0.82	98.16
12	B. Ripley	0.76	98.92
13	B. de Comercio	0.59	99.51
14	B. Cencosud	0.25	99.76
15	B. Azteca Perú	0.16	99.92
16	B. ICBC	0.08	100.00

Nota. Adaptado de Boletín Mensual de la Superintendencia de Banca y Seguros, 2017 (http://www.sbs.gob.pe/app/stats_net/stats/EstadisticaBoletinEstadistico.aspx?p=1#)

En cuanto a la evolución del sector, el nivel de colocaciones desaceleró su crecimiento en los últimos tres años en un promedio de 8% anual, lo que condice con el PBI del sector cuya variación anual fue del 1%, como se puede ver en la Figura 7. En cuanto a las colocaciones por tipo de crédito, se puede observar en la Tabla 17 que el crédito corporativo es el de mayor participación con 25%, seguido por consumo con el 18% e hipotecario con 17%. Esto como consecuencia del aumento de las tasas de crédito en el exterior, principalmente en los EE. UU., lo que hace que las empresas recurran a los bancos locales para buscar financiamiento. Respecto al nivel de dolarización, este se ha reducido en los últimos cinco años pasando de 46% en el 2013 a 33% en el 2017, es decir, solo un tercio del volumen de las operaciones de crédito en el Perú se realizan en dólares.

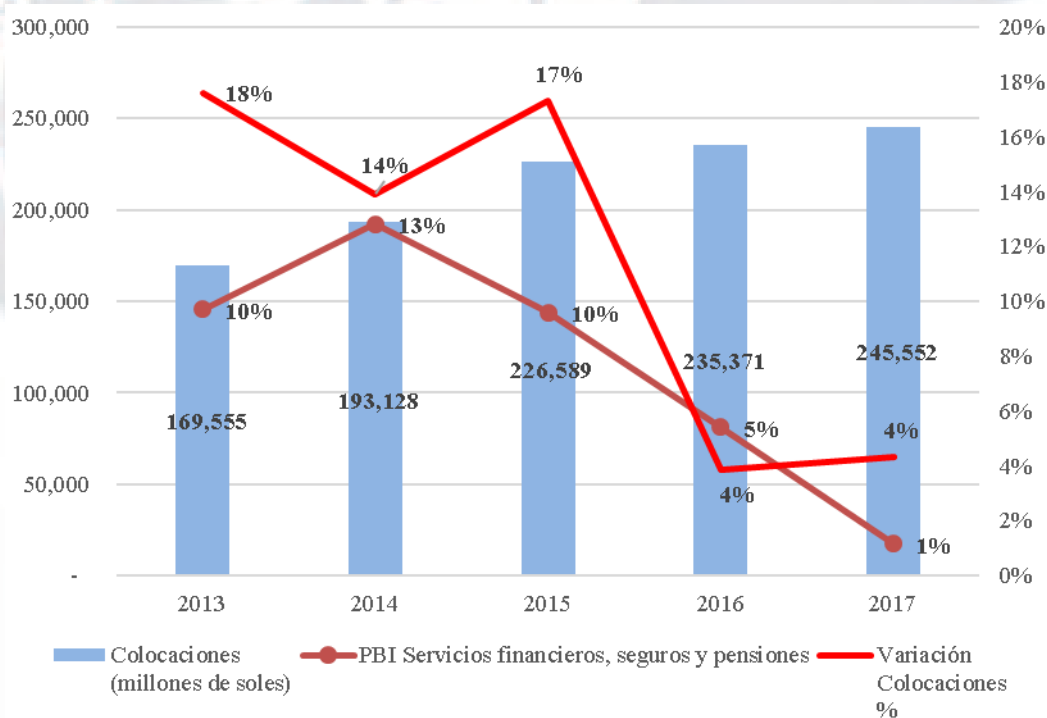


Figura 7. Evolución de las colocaciones del 2013 al 2017.

Adaptado de “Boletín Mensual de la Superintendencia de Banca y Seguros,” 2017, (http://www.sbs.gob.pe/app/stats_net/stats/EstadisticaBoletinEstadistico.aspx?p=1#).

El Foro Económico Mundial en su reporte sobre competitividad global ubica al Perú en el puesto 72, sobre 137 países evaluados, para el año 2017, lo que significa un retroceso de cinco puestos en relación con su última evaluación. Sin embargo, el ranking está compuesto

por 12 pilares siendo el octavo pilar referido al desarrollo del mercado financiero, en el que el Perú está ubicado en el puesto 35, siendo la mejor ubicación para el país dentro del ranking (Schwab, 2017). El sector bancario en sí mismo es un motor para la economía, y su buena salud es un valor que ha sido preservado por la superintendencia de banca y seguros como órgano encargado de su supervisión, regulación y control. En este contexto es oportuno elegir este sector de la industria bancaria para la aplicación de la herramienta de medición de transparencia corporativa.

Tabla 17

Colocaciones por Tipo de Crédito

Empresa	Colocaciones (Millones de soles)	Porcentaje %
Corporativo	62,250	25%
Consumo	44,142	18%
Hipotecarios para Vivienda	41,285	17%
Medianas Empresas	40,145	16%
Grandes Empresas	39,539	16%
Pequeñas Empresas	14,742	6%
Microempresas	3,450	1%
	245,552	

5.2 Resultados del Modelo de Medición de Transparencia Corporativa

En la Tabla 18 se presenta el resultado de la medición de transparencia corporativa en las 16 empresas que conforman la banca comercial en el Perú, donde se evidencia el liderazgo del Banco Continental y el Banco Interbank con una calificación de 86, mientras que el Banco GNB se posiciona en el último lugar con 34.

Tabla 18

Calificación de Transparencia Corporativa en la Industria de Banca Comercial en el Perú

Bancos	Información de la empresa	Estructura y proceso de la junta directiva	Transparencia financiera	Gobierno corporativo	Responsabilidad social empresarial	Dimensión social	Políticas anticorrupción	Puntaje
B. Continental	100	33	67	80	100	100	100	83
Interbank	100	33	67	80	100	100	100	83
B. De Crédito del Perú	80	33	67	80	100	100	100	80
Scotiabank Perú	100	33	67	80	75	100	86	77
Mibanco	100	33	67	80	75	80	43	68
B. Falabella Perú	80	33	67	80	75	100	0	62
B. Financiero	100	33	67	80	100	40	0	60
Banbif	100	33	67	80	50	20	0	50
Citibank	60	33	67	80	75	0	0	45
B. De Comercio	80	33	67	80	0	40	14	45
B. Santander Perú	80	33	67	80	25	0	0	41
B. Ripley	100	33	67	80	0	0	0	40
B. Azteca Perú	80	33	67	80	0	0	0	37
B. Cencosud	80	33	67	80	0	0	0	37
B. ICBC	80	33	67	80	0	0	0	37
B. GNB	60	33	67	80	0	0	0	34

5.2.1 Resultados por dimensión

Aplicar el modelo de transparencia corporativa propuesto en la presente investigación posibilita no solo identificar el nivel de transparencia a nivel empresarial, sino también permite tener una mirada al nivel de transparencia del sector de la banca comercial en el Perú en relación con las dimensiones y variables sujetas al modelo per se. Estos resultados evidencian la necesidad de trabajar y empujar la mejora de indicadores por áreas permitiendo enfocar esfuerzos y destinar recursos de manera específica. La dimensión información de la empresa obtuvo el primer lugar en relación al nivel de información que las empresas evaluadas reportan, encontrando que los bancos con menor calificación es Citibank y el Banco BNG con 60, sin embargo más del 50% de empresas obtuvieron una puntuación de 100. La dimensión políticas anticorrupción obtuvo la menor calificación con 28, sin embargo el modelo propone identificar el cumplimiento de indicadores de esta dimensión a través de un instrumento de medición a colaboradores lo que podría variar el resultado al ser aplicado. En la Figura 8 se muestra el ranking por dimensión y su respectiva calificación.



Figura 8. Ranking evaluación transparencia corporativa por dimensión.

Dimensión información de la empresa. La Figura 9 muestra una sinopsis de la dimensión información de la empresa en el sector, la misma que ocupa el primer puesto con relación al total de las dimensiones del modelo, obteniendo un nivel de transparencia del orden del 86%. Esto se debe en gran medida al cumplimiento en la divulgación del perfil de la empresa, la revelación del origen de esta y la divulgación de sus empresas relacionadas por parte del 100% de las 16 empresas bajo análisis; asimismo, se observa que el 88% de estas cumplen con la divulgación de la misión, visión y valores de la firma. No obstante, el análisis deja ver un pobre desempeño en relación con la planificación estratégica, coligiéndose que un 66% del sector está más abocado a los resultados que el ejercicio económico demanda. La evaluación a esta dimensión permite también vislumbrar la calificación que cada empresa imprimió al momento de aplicar el instrumento de medición. Es así como los bancos Banbif, Continental, Financiero, Interbank, Mibanco, Scotiabank y Ripley obtuvieron un ITC del orden del 100%; mientras que los bancos, Azteca, Cencosud, Comercio, Crédito, Falabella, ICBC y Santander alcanzaron un ITC igual al 80% en la dimensión, siendo los bancos con más bajo desempeño el banco GNB y Citibank quienes lograron puntuar el 60% de ITC.

Dimensión Información de la Empresa en la Banca Comercial



Figura 9. Evaluación dimensión información de la empresa en la banca comercial.

Dimensión gobierno corporativo. La Figura 10 muestra un resumen de la dimensión gobierno corporativo en el sector, la cual obtuvo un nivel de ITC del orden del 80%, ocupando el segundo puesto en relación con el total de las dimensiones del modelo. Esto obedece al cumplimiento con la divulgación de la declaración de los derechos de los accionistas, la definición de la estructura de gobierno, los factores de riesgo y estructuras de control por parte del 100% de las 16 empresas del sector. Asimismo, se aprecia que ninguna de las empresas muestra preocupación por la revelación de los procesos de selección y políticas de remuneración de altos directivos debido a que el 100% de ellas puntuaron cero en esta variable, lo que permite colegir que los procesos de selección y políticas de remuneración de altos directivos no están al alcance de todos los estamentos del negocio lo que generaría malestar al interior de la empresa. La evaluación a esta dimensión permite también signar la calificación que cada firma obtuvo al momento de aplicar el instrumento de medición en ellas. Es así como se distingue que todos y cada uno de los 16 bancos que conforman la banca comercial en el Perú obtuvieron un ITC del orden del 80%, en donde la divulgación de los procesos de selección y políticas salariales de los altos directivos sigue siendo un compromiso por cumplir.

Dimensión Gobierno Corporativo en la Banca Comercial



Figura 10. Evaluación dimensión gobierno corporativo en la banca comercial.

Dimensión transparencia financiera. En relación con la dimensión transparencia financiera, la Figura 11 muestra un resumen de esta dimensión la cual se sitúa en tercer puesto con relación al total de las dimensiones del modelo, obteniendo un nivel de transparencia del orden del 67%. Lo que origina este escenario es en gran proporción al cumplimiento en la divulgación de los estados financieros, así como de los indicadores financieros por parte del 100% de las 16 empresas bajo análisis. Sin embargo, el análisis de la deja ver un nulo desempeño en relación con la revelación del desempeño de las inversiones en donde la dimensión puntuó cero debido a que ninguna de las empresas pudo demostrar que divulga el rendimiento de los portafolios de inversión en moneda local y extranjera. Adicionalmente, cada empresa fue evaluada en esta dimensión bajo los parámetros del modelo de transparencia corporativa propuesto en la presente investigación, obteniendo cada una de ellas un ITC del orden del 67%.

La evaluación a esta dimensión admite la calificación que cada empresa alcanzó al momento de aplicar el instrumento de medición. Es así como el 100% de los bancos bajo análisis alcanzaron solo el 67% de ITC en esta dimensión debido a que no se toma en cuenta el nivel de transparencia en términos de divulgación del rendimiento de las inversiones.

La evaluación a esta dimensión permite también vislumbrar la calificación que cada empresa imprimió al momento de aplicar el instrumento de medición. Es así como los bancos Banbif, Continental, Financiero, Interbank, Mibanco, Scotiabank y Ripley obtuvieron un ITC del orden del 100%; mientras que los bancos, Azteca, Cencosud, Comercio, Crédito, Falabella, ICBC y Santander alcanzaron un ITC igual al 80% en la dimensión, siendo los bancos con más bajo desempeño el banco GNB y Citibank quienes lograron puntuar el 60% de ITC.

Dimensión Transparencia Financiera en la Banca Comercial



Figura 11. Evaluación dimensión transparencia financiera en la banca comercial.

Dimensión responsabilidad social empresarial. La dimensión responsabilidad social empresarial se sitúa en la posición cuatro en comparación con el total de las dimensiones analizadas, obteniendo un nivel de cumplimiento de ITC del orden del 48% como se detalla en la Figura 12. Este escenario llama poderosamente la atención debido al débil desempeño de las empresas en términos del relacionamiento con los grupos de interés y de la revelación de sus proyectos de protección ambiental con un logro sectorial del orden del 56%; en términos de la divulgación del reporte de sostenibilidad solo el 50% de las empresas bajo análisis cumplen con esta variable; mientras que solo un 31% de las firmas revelan sus resultados con sus grupos de interés. Estos resultados obedecen a que solo ocho bancos de los 16 que conforman la banca comercial en el Perú son los que sí se interesan y demuestran un significativo cumplimiento en términos de responsabilidad social empresarial. Es así como los bancos Crédito, Continental, Financiero e Interbank obtuvieron un ITC del orden del 100%; mientras que Citibank, Scotiabank, Mibanco y Fallabela alcanzaron un ITC igual al 75% en la dimensión. Con un mediano desempeño se sitúa el banco Banbif con ITC de 50%, quien demuestra divulgar su relacionamiento con sus grupos de interés y la revelación de sus proyectos de protección ambiental; mientras que con un débil desempeño se ubica el banco Santander con un ITC igual a 25% quien solo cumple con la variable divulgación de sus proyectos de protección ambiental. Antagónicamente, los bancos Azteca, Cencosud, Comercio, GNB, ICBC y Ripley denotan tener un nulo cumplimiento en esta dimensión al obtener un ITC igual a 0%.



Figura 12. Evaluación dimensión responsabilidad social empresarial en la banca comercial.

Dimensión social. La dimensión social a nivel sectorial se sitúa en la posición cinco en relación con el total de las dimensiones bajo análisis, obteniendo un nivel de cumplimiento de ITC del orden del 43%. Este escenario invita a descomponer la dimensión en sus partes, en donde un 56% de las empresas del sector cumplen con la divulgación de la gestión de la cultura y el ambiente laboral, un 44% con la divulgación de resultados de medición del clima organizacional, otro 44% con la revelación de la política de empleo y selección de trabajadores, un 38% con la divulgación de los procesos de formación y educación y un 31% con la revelación de sus de políticas de libertad laboral. Las empresas necesitan incorporar en sus planes estratégicos los mecanismos que permita el desarrollo profesional. La evaluación de esta dimensión permite a la vez dar una mirada la calificación que cada empresa acuñó al momento de aplicar la herramienta de medición como se detalla en la Figura 13. Es así como los bancos Crédito, Continental, Scotiabank, Falabella, obtuvieron un ITC del orden del 100%; Mibanco obtuvo un ITC de 80%, adoleciendo de la divulgación de políticas de libertad laboral; mientras que el banco Banbif solo cumple con la divulgación de la gestión de la cultura y el ambiente laboral puntuando 20% en su ITC. Los bancos con un nulo cumplimiento de la dimensión social son Azteca, Cencosud, Citibank, GNB, ICBC, Ripley y Santander.



Figura 13. Evaluación dimensión social en la banca comercial.

Dimensión estructura y proceso de la junta directiva. La dimensión junta directiva ocupa el sexto puesto con relación al total de las dimensiones del modelo, obteniendo un nivel de transparencia del orden del 33% a nivel sectorial. En la Figura 14 se observa que todas y cada una de las empresas del sector de la banca comercial cumple con la divulgación de los nombres y/o de los miembros de la junta directiva. No obstante, ninguna de ellas muestra evidencias de revelar tanto la remuneración de los miembros de su junta directiva, así como del proceso de selección y elección de los miembros de la junta directiva, adjudicándose 0 en la puntuación sectorial. A nivel corporativo se aprecia que los 16 bancos han obtenido un ITC del orden del 33%, esto es consecuencia de que cada una de las empresas solo muestra interés en divulgar los nombres y/o miembros de la junta directiva, pero no revelan sus respectivos procesos de selección y elección de los miembros de su junta directiva ni sus niveles remunerativos.

Dimensión Estructura y Proceso de la Junta Directiva en la Banca Comercial



Figura 14. Evaluación dimensión estructura y proceso de la junta directiva en la banca comercial.

Dimensión políticas anticorrupción. La dimensión política anticorrupción se sitúa en la posición siete en comparación con el total de las dimensiones analizadas, obteniendo un nivel de cumplimiento de ITC del orden de 28%. Este escenario llama a la reflexión debido a que el 31% de las empresas cuentan con una declaración de compromiso contra la corrupción, un 31% de las firmas del sector divulgan su código de ética, un 31% de las unidades productivas promueven la capacitación de sus políticas anti corruptivas, otro 31% de estas empresas cuentan con canales de denuncias y mecanismos de contacto para abordar estos actos ilícitos. El 25% de estas empresas hace extensivo estas políticas de lucha contra la corrupción a sus diferentes *stakeholders* en la cadena de valor. En relación con la variable monitoreo de las políticas anti corruptivas, solo un 25% de las firmas del sector cumple su ejecución. Adicionalmente, el 19% de las compañías cuenta con una declaración expresa de no profesar prácticas anticompetitivas. La evaluación de esta dimensión permite también analizar la calificación que cada empresa imprimió al momento de aplicar la herramienta de medición. Es así como los bancos Continental, Crédito e Interbank obtuvieron una puntuación del orden del 100% demostrando tener una política de lucha contra la corrupción plenamente fuerte; el banco Scotiabank alcanzó un ITC igual a 86% demostrando tener un fuerte nivel de políticas anti corruptivas, faltándole incorporar a su índice el cumplimiento de su declaración de lucha contra prácticas anticompetitivas; mientras que Mibanco puntúa 43%, obteniendo un nivel de ITC medio debido a que no hace extensiva sus políticas de anticorrupción a todos sus grupos de interés, no promueve la capacitación de su personal para hacer frente a la corrupción, no cuenta con políticas anti corruptivas y no tiene una declaración de lucha contra prácticas anticompetitivas. La evaluación a la dimensión permitió a la vez identificar claramente los bancos Azteca, Banbif, Cencosud, Citibank, Falabella, Financiero, GNB, ICBC, Ripley y Santander no tienen en su espectro empresarial políticas

anti corruptivas debido a que obtuvieron un ITC igual a 0% en esta dimensión. En la Figura 15 se muestra la evaluación de esta dimensión.

Es importante señalar que este análisis se basa en la divulgación de información de los indicadores propuestas en la dimensión en plataformas digitales de acceso público, sin embargo, el modelo propone recoger la información a través de una encuesta aplicada a los colaboradores de las organizaciones, con lo que el resultado podría variar.



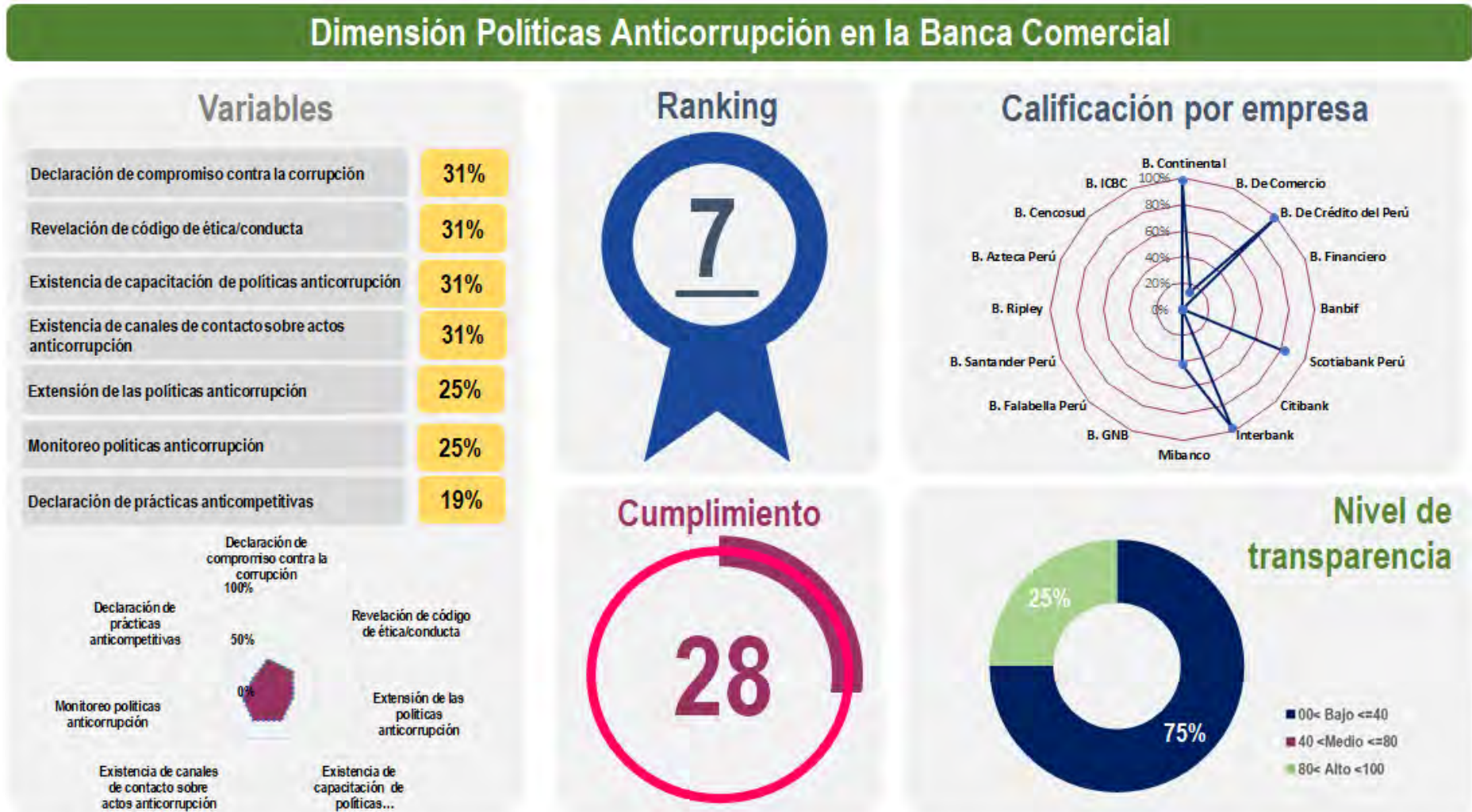


Figura 15. Evaluación dimensión políticas anticorrupción en la banca comercial.

5.2.2 Resultados por empresa

La humanidad desde sus orígenes ha vivido en sociedad relacionándose entre sí en la búsqueda de su bienestar y supervivencia enmarcada en un conjunto de normas tanto explícitas y tácitas como formales y no formales. El mundo empresarial no está exento de estos principios; muy por el contrario, la empresa que decida tener un horizonte de largo aliento no solo debe preocuparse por los beneficios que genere su inversión o del retorno de su capital, sino también de sus comportamientos tanto al interior de la empresa como hacia su entorno. El presente y futuro de la empresa esta cimentada en la cohesión de sus valores y buen proceder en la consecución de sus metas empresariales, pero sobre todo en su invaluable contribución al desarrollo de la sociedad.

El modelo de transparencia corporativa propuesto en el presente trabajo de investigación ha recogido, sistematizado y analizado data de la banca comercial en el Perú y ha arribado a los siguientes hallazgos a nivel empresarial, los cuales para efectos de un mejor análisis se han ordenado en tres niveles de acuerdo al grado de ITC: (a) nivel alto para empresas cuya puntuación es mayor que 80%, pero menor o igual a 100%; (b) nivel medio para empresas cuya puntuación es mayor que 40%, pero menor o igual a 80%; y (c) nivel bajo para empresas cuya puntuación es menor o igual a 40%. En la figura 16 se presenta el ranking de evaluación corporativa por empresa.

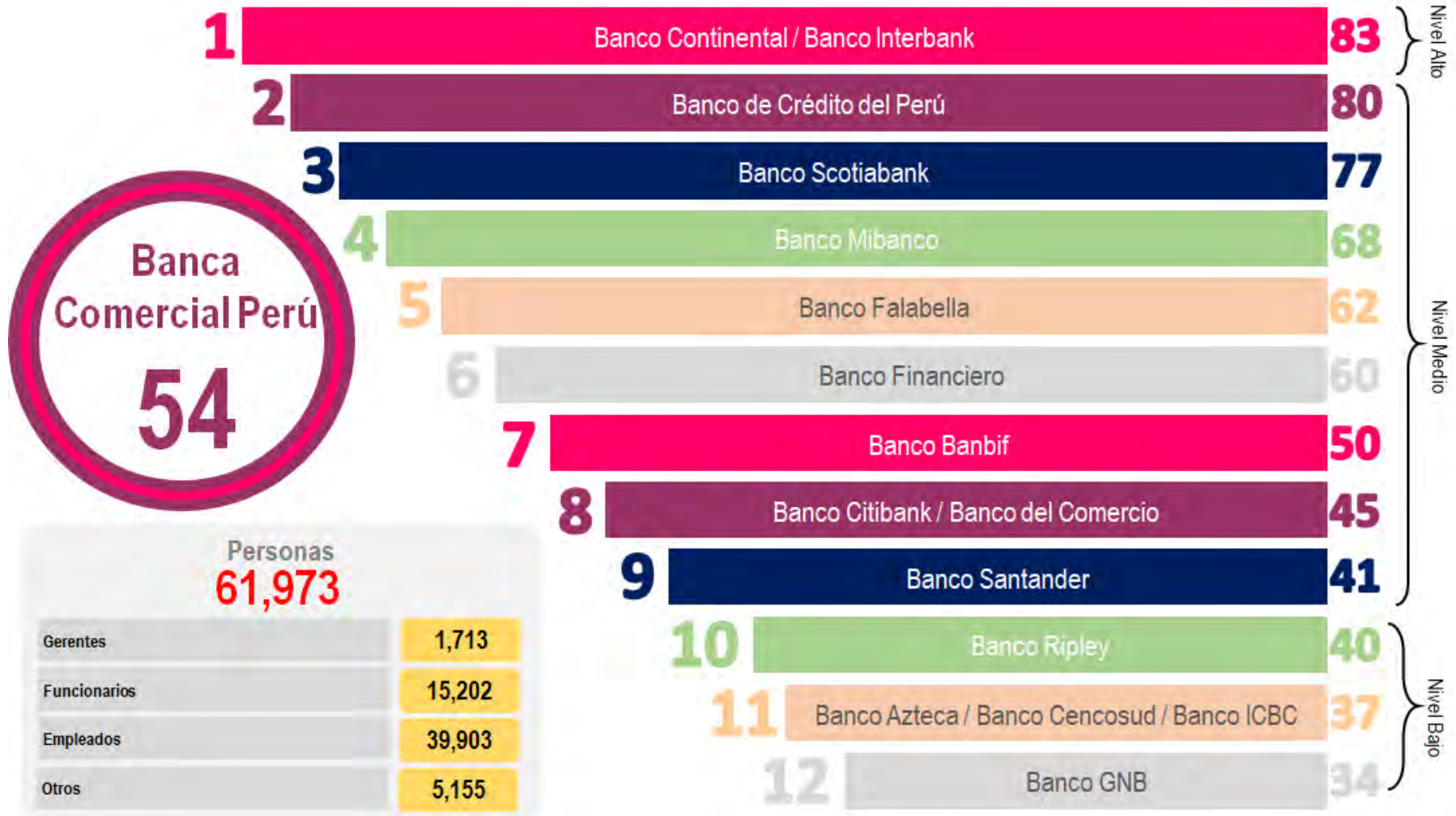


Figura 16. Ranking evaluación transparencia corporativa por empresa.

Nivel alto. Las Figuras 17 y 18 muestran un resumen del desempeño de los bancos Continental e Interbank quienes obtuvieron un ITC del orden del 83% cada uno después de la agregación de las dimensiones bajo estudio, ocupando el primer lugar en el ranking de transparencia del sector. A nivel dimensiones, estas empresas coinciden en un 100% en la divulgación de la información del giro del negocio, de sus políticas de responsabilidad social empresarial, su dimensión social y sus políticas de anticorrupción. En gobierno corporativo puntúan 80%, teniendo un compromiso pendiente en relación con la divulgación de sus procesos de selección y políticas salariales de los altos directivos. No obstante, el análisis permite identificar que tanto el banco Continental como Interbank no divulgan el retorno de los portafolios de inversión en moneda local y extranjera, obteniendo un 0 en esta variable, motivo por el cual obtuvieron un 67% en la dimensión transparencia financiera.

Nivel medio. El Banco de Crédito del Perú se sitúa en el puesto dos del ranking de transparencia corporativa obteniendo un ITC igual a 80% al momento de agregar sus dimensiones. Esta empresa cumple plenamente con la divulgación de sus políticas de responsabilidad social empresarial, su dimensión social y sus políticas de lucha contra la corrupción. Sin embargo, necesita mejorar en varios aspectos como la planificación estratégica en la dimensión información de la empresa, en sus políticas para el directorio y alta gerencia en la dimensión gobierno corporativo, en la divulgación de los rendimientos de sus inversiones en la dimensión transparencia financiera, y en revelación del proceso de selección y remuneración de los miembros de la junta directiva en la dimensión estructura y proceso de la junta directiva.

El Scotiabank se sitúa en el puesto tres del ranking de transparencia corporativa obteniendo un ITC igual a 77% al momento de agregar sus dimensiones. Esta empresa cumple plenamente con la divulgación de la dimensión información de la empresa y la dimensión social. Sin embargo, necesita mejorar en varios aspectos como en la declaración

de lucha contra prácticas anticompetitivas en la dimensión anticorrupción, en la revelación de los resultados de la RSE con sus grupos de interés en la dimensión responsabilidad social, en la revelación del rendimiento de inversiones en la información de la empresa, y en revelación del proceso de selección y remuneración de los miembros de la junta directiva en la dimensión estructura y proceso de la junta directiva.

Mibanco se sitúa en el puesto cuatro del ranking de transparencia corporativa obteniendo un ITC igual a 68% al momento de agregar sus dimensiones. Esta empresa cumple plenamente con la divulgación de la dimensión información de la empresa. Sin embargo, necesita mejorar en varios aspectos como en la revelación de políticas para el directorio y alta gerencia en la dimensión gobierno corporativo, en la divulgación de políticas de libertad laboral en la dimensión social, en la revelación de los resultados de la RSE a sus grupos de interés en la dimensión responsabilidad social, en la revelación del rendimiento de inversiones en la transparencia financiera, en la extensión de las políticas anticorrupción, la existencia de capacitación de políticas anticorrupción, el monitoreo políticas anticorrupción y en la declaración de prácticas anticompetitivas en la dimensión anticorrupción, y en revelación del proceso de selección y remuneración de los miembros de la junta directiva en la dimensión estructura y proceso de la junta directiva.

El Banco Falabella Perú se ubica en el puesto cinco del ranking de transparencia corporativa obteniendo un ITC igual a 62% al momento de agregar sus dimensiones. Esta empresa cumple plenamente con la divulgación de su dimensión social. En relación con la dimensión responsabilidad social empresarial la empresa no cumple con revelar sus resultados de la RSE con grupos de interés y en lo que se refiere a la dimensión gobierno corporativo Falabella no divulga sus políticas para el directorio y alta gerencia. Este banco necesita mejorar en la revelación del rendimiento de inversiones en su transparencia financiera, en la revelación de la planificación estratégica en la dimensión información de la

empresa, en la divulgación de la remuneración de los miembros de la junta directiva y el proceso de selección de sus integrantes en la dimensión junta directiva. Lo más preocupante del análisis es que Falabella Perú no tiene evidencias de haber tomado medidas para hacer frente a eventos de corrupción debido a que en esta dimensión puntuó cero.

El Banco Financiero se sitúa en el puesto seis del ranking de transparencia corporativa obteniendo un ITC igual a 60% al momento de agregar sus dimensiones. Esta empresa cumple plenamente con la divulgación de información de la empresa y la dimensión responsabilidad social empresarial. En lo que se refiere a la dimensión gobierno corporativo este banco no divulga sus políticas para el directorio y con relación a la dimensión transparencia financiera la empresa no revela el rendimiento de sus inversiones. Adicionalmente, se observa que el banco financiero necesita mejorar tanto en la divulgación de los procesos de formación y educación de su personal, en sus políticas de libertad laboral así como en sus políticas de empleo y selección de trabajadores en su dimensión social, y en revelación del proceso de selección y remuneración de los miembros de la junta directiva en la dimensión estructura y proceso de la junta directiva. El aplicar la herramienta de medición permitió evidenciar que el banco financiero no tienen en su espectro empresarial políticas anti corruptivas debido a que obtuvo un ITC igual a 0% en esta dimensión.

El Banco Interamericano de Finanzas, Citibank y el Banco de Comercio se sitúan en el puesto siete, ocho y nueve del ranking de transparencia corporativa obteniendo un ITC de 50%, 45% y 45% al momento de agregar sus dimensiones. Estas empresas cumplen de manera desigual con la divulgación de la dimensión información de la empresa, obteniendo en promedio un puntaje de 80%, sin embargo, logran el mismo puntaje en las dimensiones estructura y proceso de la junta directiva, transparencia financiera y gobierno corporativo donde obtienen el 33%, 67% y 80% en cada dimensión. Por último necesita poner atención en las siguientes dimensiones responsabilidad social empresarial, dimensión social y políticas

anticorrupción pues en promedio en esas tres dimensiones ninguna de las empresas supera el 25%.

Nivel bajo. Son cinco los bancos ubicados dentro de esta calificación, Banco Ripley con 40%, Banco Azteca, Banco Cencosud y Banco ICBC con 37% y Banco GNB con 34%.

Banco Azteca, Banco Cencosud y Banco ICBC presentan una misma calificación para cada una de las dimensiones propuestas por el modelo. La dimensión información de la empresa y gobierno corporativo reflejan una puntuación de 80%, transparencia financiera de 67% y estructura y proceso de la junta directiva de 33%. Sobre el resto de dimensiones; RSE, dimensión social y políticas anticorrupción, no se encontró información por lo que obtuvieron una calificación de 0 demostrando una oportunidad en trabajar en estos indicadores. Banco Ripley mantiene una puntuación similar por dimensión, sin embargo los tres puntos extras en la evaluación total como empresa se deben a una divulgación del 100% de los indicadores propuestos en la dimensión información de la empresa.

Banco GNB obtuvo la menor calificación en la evaluación, sin embargo refleja un buen nivel de divulgación de información respecto a la dimensión de gobierno corporativo con una puntuación de 80%. El resto de dimensiones reflejan una necesidad de divulgación de información



Figura 17. Evaluación de transparencia corporativa del Banco Continental.

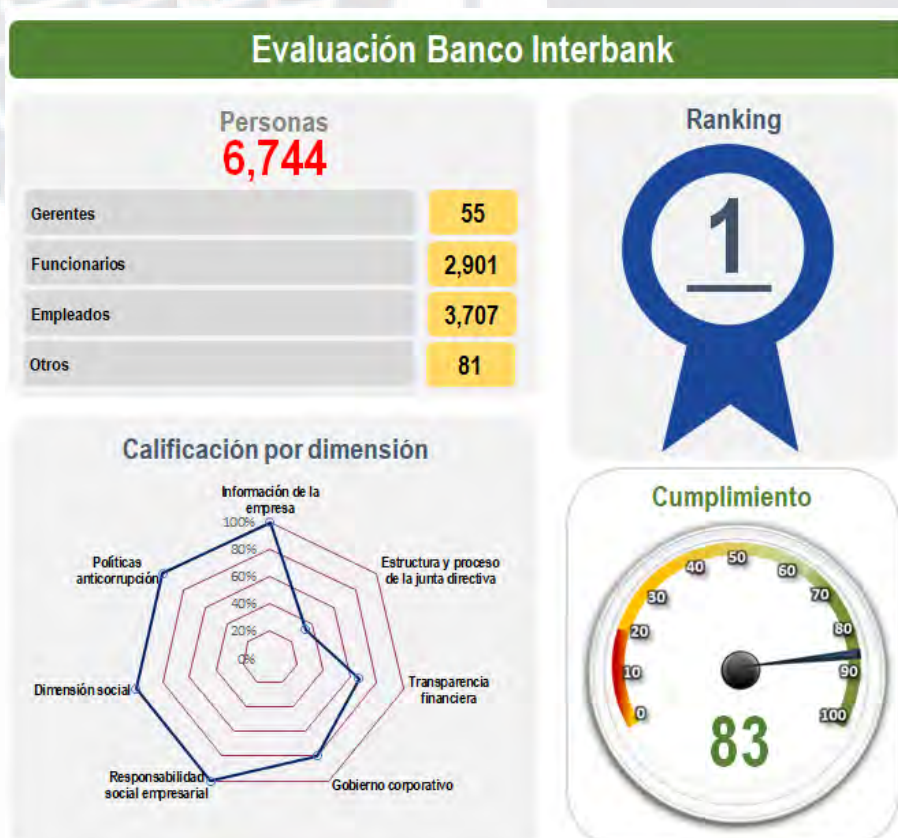


Figura 18. Evaluación de transparencia corporativa del Banco Interbank.



Figura 19. Evaluación de transparencia corporativa del Banco de Crédito del Perú.



Figura 20. Evaluación de transparencia corporativa del Banco Scotiabank.



Figura 21. Evaluación de transparencia corporativa de Mibanco.



Figura 22. Evaluación de transparencia corporativa del Banco Falabella.



Figura 23. Evaluación de transparencia corporativa del Banco Financiero.



Figura 24. Evaluación de transparencia corporativa del Banco Banbif.

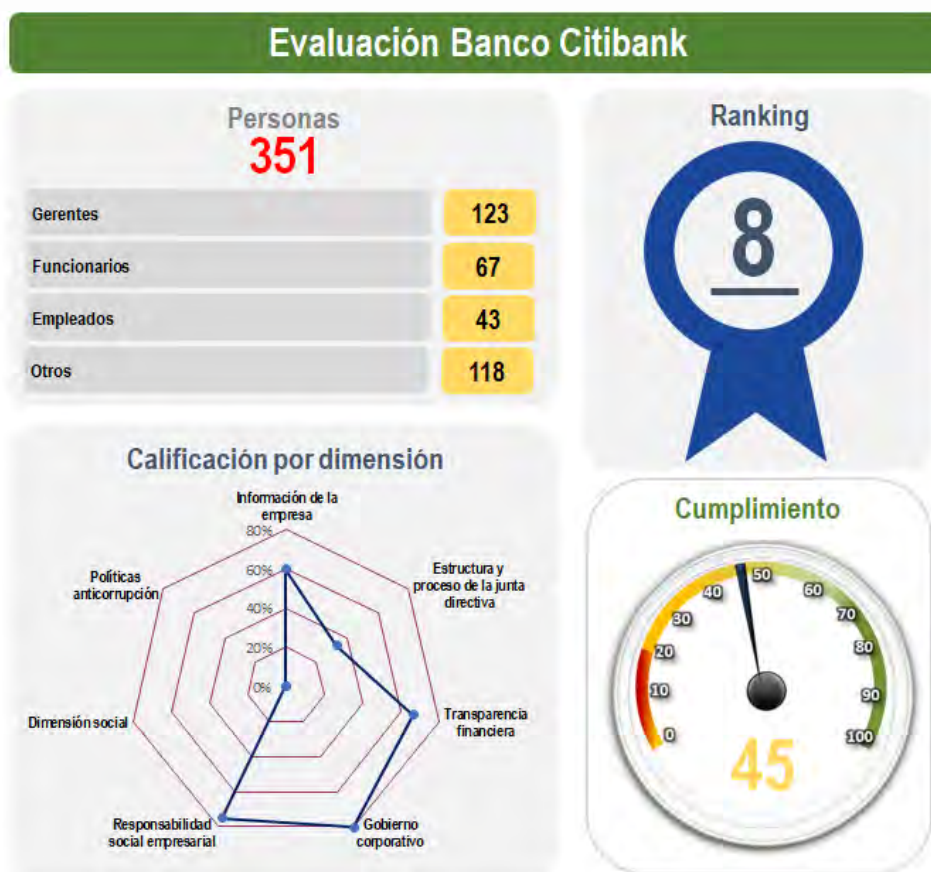


Figura 25. Evaluación de transparencia corporativa del Banco Citibank.



Figura 26. Evaluación de transparencia corporativa del Banco del Comercio.



Figura 27. Evaluación de transparencia corporativa del Banco Santander.

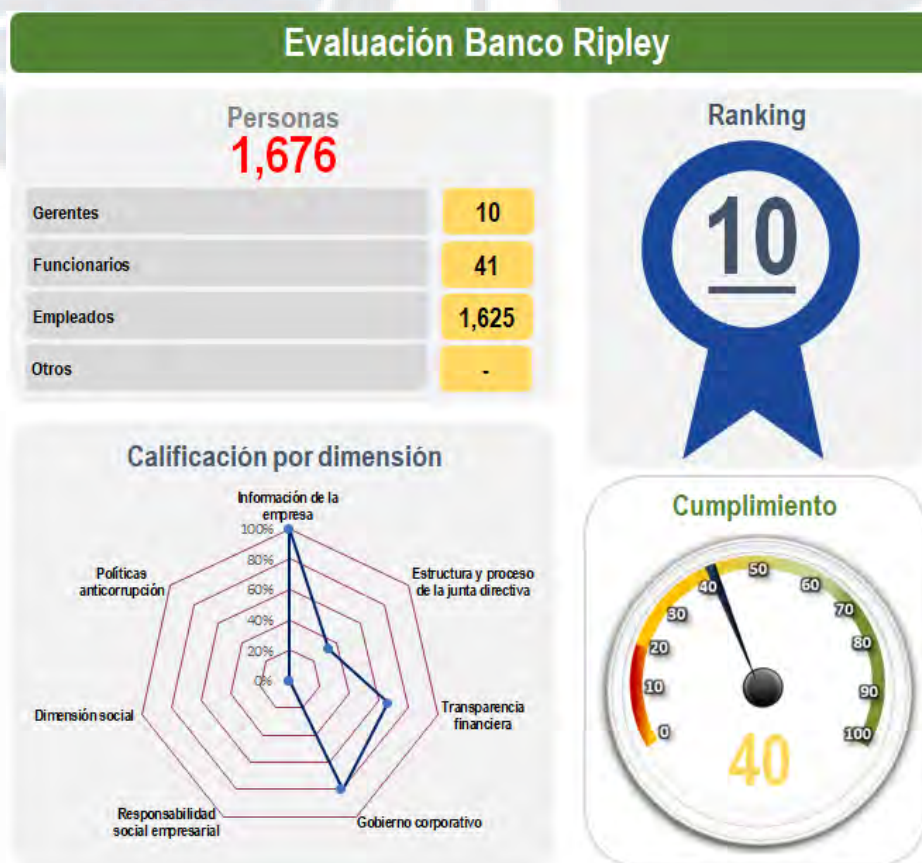


Figura 28. Evaluación de transparencia corporativa del Banco Ripley.



Figura 29. Evaluación de transparencia corporativa del Banco Azteca.



Figura 30. Evaluación de transparencia corporativa del Banco Cencosud.



Figura 31. Evaluación de transparencia corporativa del Banco ICBC.



Figura 32. Evaluación de transparencia corporativa del Banco GNB.

Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones

El presente capítulo presenta las conclusiones y recomendaciones del trabajo las cuales responden a las preguntas planteadas. (a) ¿Cuáles son los principales componentes de la transparencia corporativa?, (b) ¿Es posible realizar un modelo de transparencia corporativa? y (c) ¿Es posible aplicar un modelo de transparencia corporativa en la industria de la banca comercial en el Perú?

Sobre los componentes de la transparencia corporativa

1. Se definió el concepto de transparencia corporativa, alrededor del cual gira el modelo propuesto. El trabajo de construir un índice de medición de transparencia corporativa implicó la revisión de diferentes conceptos en torno a lo que significa y proponen diversas investigaciones sobre esta idea, como se sabe, cada estudio formula una definición que condice con sus objetivos particulares y además sirve de guía y apoyo en la construcción de su propuesta. Una de las primeras percepciones que se tienen sobre la transparencia, es que se refiere solo a aspectos financieros dado el peso de las dimensiones relacionadas con entramados de inversión que se ha encontrado en diversos instrumentos revisados. En tal sentido, no son pocas las investigaciones que establecen los beneficios económicos del que gozan las empresas que más divulgan o transparentan sus actividades. Otras observaciones reconocen sus relaciones con los grupos de interés y encuentran una dimensión social que subyace a todos los ámbitos de la gestión de la organización. Es dentro de estos dos espacios donde el presente trabajo propone una definición de transparencia cuyas dimensiones visibilizan los compromisos y las responsabilidades de las organizaciones desde un enfoque social, así como proporciona una idea clara de lo que está siendo medido por el indicador.

2. Se identificó siete componentes de transparencia corporativa a los que se denominó dimensiones. A través de la investigación de diversos modelos se evidenció elementos o factores que reflejan aspectos claves de la gestión de la organización por lo que la definición del estudio aborda e integra las siguientes dimensiones: (a) información de la empresa, (b) estructura y proceso de la junta directiva, (c) transparencia financiera y (d) gobierno corporativo (e) responsabilidad social empresarial, (f) dimensión social y (g) políticas anticorrupción. Estas dimensiones conciben con la definición propuesta, la que enfatiza lo que se desea medir y no solo la información que esté disponible.
3. Se identificó para cada dimensión un número de variables que en total suman 32, las cuales logran describir consistentemente el índice construido. Como se sabe, la fortaleza de un indicador compuesto está estrechamente relacionada con la calidad de las variables por lo que aun cuando su elección obedece a la discreción del estudio esta se apoya en el marco teórico y su relevancia para la investigación. En este sentido, los resultados obtenidos en las tres dimensiones (a) responsabilidad social empresarial con un cumplimiento de 48%, (b) dimensión social con un cumplimiento de 43% y (c) políticas anticorrupción con un cumplimiento de 28%, que conforman la postura de la organización con relación a los aspectos social y ambiental y que comprenden el 50% de las variables del ITC, solo alcanzan un puntaje promedio de 37% versus un 67% en las demás dimensiones.

Sobre la realización del modelo de transparencia corporativa

4. Se diseñó un instrumento de medición de transparencia corporativa basado en siete dimensiones y 32 variables, las cuales fueron validadas por profesionales expertos en metodología de la investigación (1), políticas anticorrupción (1),

sustentabilidad y gobierno corporativo (1), estadística (1), lengua y literatura (1) y banca comercial (1). A opinión de los expertos el modelo incorpora dimensiones relevantes para la coyuntura actual y una cantidad de variables adecuada para su aplicación efectiva en el sector. Con esta retroalimentación se procedió a aplicar el instrumento al sector banca comercial.

5. En el presente instrumento de medición de transparencia corporativa, se ha integrado la dimensión políticas anticorrupción de la empresa. Dentro de la literatura revisada se encontró solo un modelo de transparencia que ha considerado esta dimensión de manera disgregada a la dimensión gobierno corporativo. La integración de esta dimensión dentro del modelo refleja los esfuerzos de la empresa para luchar contra la corrupción dentro de su sistema, siendo así que el 19% de la banca comercial en el Perú cumple con hacer públicas sus prácticas, sin embargo el resto de empresas no se encontrarían excluidas de estas, al poder realizar su divulgación solo hacia el interior de la organización, pues la presente investigación se ha considerado información secundaria de las páginas web corporativas.
6. Se identificó, validó y ratificó mediante juicio de expertos la relevancia de cada una de las siete dimensiones consideradas en el ITC. La ponderación uniforme de las dimensiones permitió la construcción de un modelo equilibrado, es así como el resultado de cada dimensión no se ve alterado por el número de variables que la conforman pues el objetivo es describir de manera consistente la dimensión, de la misma forma, las variables dentro de cada dimensión son ponderadas uniformemente. El método de agregación de promedio simple obedece a que el modelo mide el cumplimiento de cada variable, de esta forma su desempeño se refleja de manera clara en cada indicador.

Sobre la aplicación del modelo de transparencia corporativa en la industria de la banca comercial en el Perú

7. Se aplicó el ITC a las 16 entidades bancarias del Perú que conforman el 100% de la banca comercial del país. Se identificó que el promedio de la industria obtuvo un puntaje de 54%. Asimismo, se encontró que las cuatro entidades bancarias más importantes, que reflejan obtener el 82% de las colocaciones del país, obtienen un puntaje promedio de 81%, lo que las aproxima a un nivel de transparencia alto.
8. Se identificó que de las 16 empresas que conforman la banca comercial en el Perú, las cuatro instituciones bancarias mejor calificadas hacen esfuerzos institucionales importantes a través de espacios exclusivos en sus páginas corporativas para comunicar información relevante tanto a *los stakeholders* como a la comunidad en general, además cuentan con áreas de responsabilidad social y con reportes de sostenibilidad.
9. Se encontró que la SMV, como organismo rector del sector, contribuye con la transparencia de las empresas, estableciendo en su portal formatos de divulgación obligatoria relacionados con aspectos de gobierno corporativo y responsabilidad social empresarial.
10. Las cuatro dimensiones propuestas en el modelo: (a) información de la empresa, (b) estructura y proceso de la junta directiva, (c) transparencia financiera y (d) gobierno corporativo, se consideran necesarias para conocer el perfil, tamaño y estructura de la empresa, por lo que muchos de los índices de medición de transparencia las incorporan dentro de sus modelos. Algunas de ellas tienen carácter vinculante para los organismos regulatorios y en consecuencia son de divulgación obligatoria. Esto se evidencia en los resultados obtenidos con el ITC (a) información de la empresa con puntuación de 86%, (b) estructura y proceso de

la junta directiva con 33%, (c) transparencia financiera con 67%, y (d) gobierno corporativo con 80%, obteniendo puntaje promedio de 67%.

6.2 Recomendaciones

1. Se recomienda aplicar el modelo de medición de transparencia corporativa en otros sectores de la economía para confirmar su versatilidad y generar comparaciones que fomenten las buenas prácticas en las empresas. También se recomienda aplicar el instrumento a empresas en países con diferentes índices de percepción de corrupción para poder establecer benchmarking. Asimismo, en empresas que no cotizan en la bolsa, lo que podría reflejar la voluntad de divulgación de información.
2. Es recomendable revisar el modelo anualmente para confirmar que los indicadores siguen vigentes, y a la vez evaluar la necesidad de incluir nuevas dimensiones, variables o indicadores en relación con los cambios en la coyuntura del país. Se propone realizar la medición una vez al año, idealmente en el mismo período para todas las empresas, buscando una evaluación equitativa y que refleje su desempeño a lo largo de los años.
3. Como un siguiente paso se propone profundizar en las variables del ITC de forma que se puedan incorporar indicadores que reflejen los avances relacionados con igualdad de género, discriminación y acoso sexual.
4. Dado la importancia de la transparencia en el contexto de la mitigación de la corrupción, sería recomendable que el gobierno promueva o implemente una legislación sobre transparencia para empresas cerradas y abiertas.
5. Se recomienda la participación activa de las partes involucradas (organismos reguladores y empresas reguladas) para trabajar en conjunto acciones para la mejora de calificación en el indicador de transparencia tomando conciencia del

aporte no solo en la organización, sino a nivel país. Una buena práctica aplicada por parte de las empresas podría estar representada por sanciones a ejecutivos que no implementen correctamente las políticas anticorrupción o por premios o bonificaciones a quienes lo hagan. La asignación de un presupuesto en las compañías para trabajar en las políticas anticorrupción también reflejaría una oportunidad.



Referencias

- Ajagun, S. O. (2012). Leadership Question And Anti-Corruption Crusade In Nigeria. *Insights To A Changing World Journal*, 2012(4), 31-48.
- Alonso, M. (2007). *El gobierno corporativo electrónico. Análisis desde el enfoque de confianza*. Madrid: Visión Libros.
- Andalia, R. (07 de 2009). *El conocimiento y la era de la complejidad*. (ACIMED, Ed.) Recuperado el 22 de 09 de 2017, de <http://scielo.sld.cu>:
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352009000700006
- Argandoña, A., & Morel, R. (2009). La lucha contra la corrupción: una perspectiva empresarial. *Cuadernos de la Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*, (4).
- Argandoña, A., & Morel, R. (2009). La lucha contra la corrupción: una perspectiva empresarial. *Cuadernos de la Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*, (4).
- Arredondo, F., de la Garza, J., & Vázquez Parra, J. C. (2014). Transparencia en las organizaciones, una aproximación desde la perspectiva de los colaboradores. *Estudios Gerenciales*, (133), 408-418. doi:10.1016/j.estger.2014.06.007
- Atkin, N. (1999). 'Communication and Politics: Transparency, Dialogue and Ethical Decision-Making', *Vital Speeches of the Day* 65(11), 347-351.
- Baraibar-Diez, E., & Luna-Sotorrió, L. (2012). Transparencia social e hipótesis del impacto social. Análisis en el IBEX35. *Universia Business Review*, (36), 108-123.
- Baselga-Pascual, L. I., Trujillo-Ponce, A. a., Vähämaa, E. e., & Vähämaa, S. s. (2018). Ethical Reputation of Financial Institutions: Do Board Characteristics Matar? *Journal Of Business Ethics*, 148(3), 489-510. doi:10.1007/s10551-015-2949-x

- Baumgartner, R. (2014). Managing Corporate Sustainability and CSR: A Conceptual Framework Combining Values, Strategies and Instruments Contributing to Sustainable Development. *Corporate Social Responsibility & Environmental Management*, 21(5), 258-271. doi:10.1002/csr.1336
- Berglöf, E., & Pajuste, A. (2005). What do firms disclose and why? Enforcing corporate governance and transparency in Central and Eastern Europe. *Oxford Review of Economic Policy*, 21(2), 178-197.
- Berle, A.A. y Means, G.C. (1968). *The Modern Corporation and Private Property*. Nueva York, NY: Harcourt, Brace & World. (e.o. de 1932).
- Bhattacharya, U., Daouk, H., & Welker, M. (2003). The World Price of Earnings Opacity. *Accounting Review*, 78(3), 641. Retrieved from <http://ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edb&AN=10900448&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Bowen, H.R (1953). *Social Responsibilities of the businessman*. New York, NY: Harper & Row.
- Briano, G y Rodriguez L. (2013). Transparencia de la Información Corporativa en Internet de las Empresas del IBEX35. *Revista de Contabilidad y Dirección Vol. 16*, pp. 187-208.
- Briano, G. (2014). Factores que indican en una mayor transparencia de gobernanza corporativa en empresas cotizadas latinoamericanas. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas*, Vol. 9, No. 2, (2014), pp. 105-124. Doi: 10.21919/remef.v9i2.58
- Brown Grossman, F. (2010). Los principios de la responsabilidad social empresarial. *Revista Economía Informa* (363), 103-104.
- Bushman, R. M., & Smith, A. J. (2003). Transparency, financial accounting information, and corporate governance.

- Bushman, R. M., Piotroski, J. D., & Smith, A. J. (2004). What determines corporate transparency?. *Journal of accounting research*, 42(2), 207-252. doi:10.1111/j.1475-679X.2004.00136.x
- Crețu, D., & Iova, A. (2016). The Impact of Corporate Social Responsibility on the Community. *Scientific Papers: Management, Economic Engineering In Agriculture & Rural Development*, 16(2), 117-121.
- Del Carmen Briano, G., & Saavedra García, M. L. (2015). La composición del consejo de administración y la estructura accionaria como factores explicativos de la transparencia en el gobierno corporativo en Latinoamérica: evidencia en empresas cotizadas de Argentina, Brasil, Chile y México. *Estudios Gerenciales*, 31(136), 275–286. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2015.02.001>
- Donald Johnston, & Joanna R. Shelton. (2000). Principios De La Oede Para El Gobierno De Las Sociedades. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, (103), 203.
Retrieved from <http://ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsjsr&AN=edsjsr.42781364&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Eurostat (2017). Handbook on Cyclical Composite Indicators for Business Cycle Analysis. Retrieved from ec.europa.eu: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-manuals-and-guidelines/-/KS-GQ-17-003?inheritRedirect=true&redirect=%2Feurostat%2Fpublications%2Fmanuals-and-guidelines>.
- Freeman, R.E (1984. *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston, MA: Pitman Publishing.

- Fuertes, A., & García, L. (2013). Análisis de los factores determinantes de la transparencia en RSC en las empresas españolas cotizadas. *Intangible Capital*, 9(1), 225-261.
doi:10.3926/ic.311
- Gagalyuk, T. (2017). Strategic role of corporate transparency: the case of Ukrainian agroholdings. *International Food & Agribusiness Management Review*, 20(2), 257.
doi:10.22434/IFAMR2016.0055
- Gan Goh, G. G., Eze, U. C., & Lim, K. E. (2012). Environmental Knowledge Management Processes and Supply Chain Management Environmental Performance of Malaysian Manufacturing Firms: An Exploratory Study. *Proceedings Of The European Conference On Knowledge Management*, 1406-414.
- Gan Goh, G. G., Eze, U. C., & Lim, K. E. (2012). Environmental Knowledge Management Processes and Supply Chain Management Environmental Performance of Malaysian Manufacturing Firms: An Exploratory Study. *Proceedings Of The European Conference On Knowledge Management*, 1406-414.
- Goldberg, R. (2008), Revelación de Información y Transparencia; Revelación de Información No financiera [PDF file], The Third Meeting of the Latin American Corporate Governance Roundtable. Organisation for Economic Co-operation and Development In co-operation with the World Bank Group. Llevado a cabo en ciudad de Mexico, Mexico. Recuperado de
<http://www.oecd.org/daf/ca/corporategovernanceprinciples/2085748.pdf>
- Guzmán, M. (2016). Dimensión Interna De La Responsabilidad Social Empresarial Desde La Óptica De La Gestión De Recursos Humanos | Internal Dimension of Corporate Social Responsibility from the Optics of Human Resources Management. *Saber*, Vol 28, Iss 4, Pp 794-805 (2016), (4), 794. Retrieved from
<http://ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx>

?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.193ade8c9c4243d38acd647d3b8f24ec&lang=es&site=eds-live&scope=site

Halter, M., Coutinho, M. & Halter, R. (2009). Transparency to reduce corruption?: Dropping hints for private organizations in Brazil. *Journal of Business Ethics*, 373.

doi:10.1007/s10551-009-0198-6

Healy, P.M. y Palepu, K.G. (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: a review of the empirical disclosure literature. *Journal of Accounting & Economics*, 31(1–3), 405.

IdN, (2012). *IdN Transparencia Corporativa*. Obtenido de IdN Inteligencia de Negocios: <http://www.transparenciacorporativa.cl/docs/Reporte%20ITC%202012%20PE.pdf>

International Organization for Standardization (ISO). (2010). NTP-ISO26000:2010. Guía de responsabilidad social. Recuperado de http://www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=42546

International, T. (2012). *Shining a light on the world's biggest companies*. Retrieved from Transparency International: <https://www.transparency.org/news/feature/shining-a-light-on-the-worlds-biggest-companies#table>

International, T. (2016). *The benefits of anti-corruption*. Retrieved from Transparency International: https://www.transparency.org/whatwedo/publication/working_paper_1_2016_the_benefits_of_anti_corruption_and_corporate_transpar

Jacoby, S. (1997). *Modern manors: Welfare capitalism since the New Deal*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Jáuregui, R. (2016). La responsabilidad social de las empresas en la globalización económica y productiva del siglo XXI. *Tiempo De Paz*, (122), 5-14.

- Johnson, B., Holmes T. & Kirkpatrick, M. (1998). Index of economic freedom (Heritage Foundation, Washington, DC).
- Joint Research Centre-European Commission. (2008). *Handbook on constructing composite indicators: methodology and user guide*. OECD publishing.
- Kaufmann, D., Kraay, A., & Mastruzzi, M. (2011). The Worldwide Governance Indicators: Methodology and Analytical Issues. *Hague Journal on the Rule of Law*, 3(2), 220–246. <https://doi.org/10.1017/S1876404511200046>
- Keith G., S. (1976). Disclosure in Published Annual Reports. *Financial Management*, (4), 42.
- Khoury, G., Rostami, J., & Turnbull, P. L. (1999). Corporate social responsibility: Turning words into action. Conference Board of Canada.
- Klitgaard, R. (1988) *Controlling Corruption*, Berkeley: University of California Press, 1988.
- Klitgaard, R. (1998). 'International Cooperation Against Corruption', *Finance & Development* 35(1), 3–6.
- Lander, G., & Auger, K. (2008). The Economic Impact of the Lack of Transparency in Financial Reporting. *Atlantic Economic Journal*, 36(1), 105–116. <https://doi.org/10.1007/s11293-007-9107-5>
- Lindstedt, C., & Naurin, D. (2010). Transparency is not enough: Making transparency effective in reducing corruption. *International political science review*, 31(3), 301–322.
- Long, J. (2015). Corporate Governance. *Research Starters: Business*.
- Maestres R, 2015. Misión, Visión Y Valores: ¿Sirve Para Algo Su Definición? *Debates IESA*. 2015;20(1):7-9. <http://ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=108995770&lang=es&site=eds-live&scope=site>. Accessed September 29, 2018.

- Mandela, B. J. (2015). Transparency: The Unlikely Steward of Increased Profits through Corporate Accountability and Social Compliance in Global Textile & Apparel Sourcing. *Proceedings Of The Annual International Conference & Exhibition Of AATCC*, 408-418.
- Marquina, P., Garriga, E., Velásquez, I., Cabrera, G., Fuertes, A., Avolio, B., Aguila, L. del. (2016). *Empresas responsables y competitivas : el desafío de hoy*. Lima : Pearson, 2016.
- Myers, A., & Rouzaud, D. L. (2016). El sistema nacional anticorrupción. *Estudios: Filosofía, Historia, Letras*, (119), 135-159.
- Nardo, M., Saisana, M., Saltelli, A., & Tarantola, S. (2005). *Tools for Composite Indicators Building*. European Communities, Joint Research Centre, European Commission, Italy. Recuperado el 22 de 09 de 2017, de <http://farmweb.jrc.cec.eu.int/ci/bibliography.htm>
- Nason, R. S., Bacq, S., & Gras, D. (2018). A Behavioral Theory of Social Performance: Social Identity and Stakeholder Expectations. *Academy of Management Review*, 43(2), 259–283. <https://doi.org/10.5465/amr.2015.0081>
- Nerantzidis, M., Filos, J., & Lazarides, T. G. (2012). The puzzle of corporate governance definition (s): A content analysis.
- OECD (1999). *Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE 1999*. Paris: OCDE Publications.
- OECD (2004). *Principios de gobierno corporativo de la OECD*. París: OECD.
- OECD (2004), White paper sobre gobierno corporativo en América Latina [PDF file]. Paris. Recuperado de <http://www.oecd.org/daf/ca/corporategovernanceprinciples/22368983.pdf>

- Panchasara, D. y Bharadia, M. (2013). Corporate Governance Disclosure Practices and Firm Performance: Evidence from Indian Banks. *Paradigm (09718907)*, 1(17), 88-98.
doi:10.1177/0971890720130110
- Patel, S. A., Balic, A., & Bwakira, L. (2002). Measuring transparency and disclosure at firm-level in emerging markets. *Emerging Markets Review*, 3(4), 325.
- Persson T., Tabellini G. & Trebbi, F. (2003). Reglas electorales y la corrupción. *Revista de la Asociación Económica Europea* 1 (4): 958-89
- Pintea, M. O., & Fulop, M. T. (2015). Corporate Governance - Key Factor to Enhance Performance. *Managerial Challenges of the Contemporary Society*, 8(2), 116.
Retrieved from
<http://ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edb&AN=113260041&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Plihon, D. (2015). El capitalismo y sus crisis. se puede comparar las grandes crisis de 1873, 1929 y 2008? (UNAM, Ed.) *Conseil Scientifique d'Attac*(21), 44 - 53. Obtenido de http://www.olafinanciera.unam.mx/new_web/21/pdfs/PlihonOlaFinanciera21.pdf
- Ponce, J (2012) “La prevención de la corrupción mediante la garantía del derecho a un buen gobierno y a una buena administración en el ámbito local (con referencias al Proyecto de Ley de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno)”, en *Anuario del Gobierno Local*, nº1 (2012), pp. 93-140.
- Qian, C., Gao, X. gaoxinz@mail.sysu.edu.c., & Tsang, A. (2015). Corporate Philanthropy, Ownership Type, and Financial Transparency. *Journal of Business Ethics*, 130(4), 851–867. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2109-8>
- Rizo Patrón, C. (2017). El reporte de sostenibilidad como herramienta de transparencia en una gestión. CENTRUM Católica-Centro de Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Retrieved from

<http://ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ir00566a&AN=PUCP.article.18095&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Rojas, G., & Salgado, Y. (2018). Análisis del sistema de compensación y pagos de cuatro entidades bancarias de los Estados Unidos. (U. EAFIT, Ed.) *Master's Thesis*, 43.

Obtenido de

https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/12668/GinnaMarcela_RojasSalgado_YenyMarlid_SalgadoDiaz_2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Ruiz, M., Tirado, P., & Morales, A. (2008). Transparencia y calidad de la información económico-financiera en las entidades no lucrativas. Un estudio empírico a nivel andaluz. (S. e. Centre International de Recherches et d'Information sur l'Economie Publique, Ed.) *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa* (63), 253-274.

Salas, V. (2002). *El gobierno de la empresa* (Colección de Estudios Económicos de la Caixa, No. 29). Barcelona: La Caixa.

Schwab, K. (2017). *The Global Competitiveness Report 2017 - 2018*. World Economic Forum, Committed to improving the state of the world . Geneva: World Economic Forum. Obtenido de <http://www.cdi.org.pe/pdf/IGC/2017-2018/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf>

Securities Commission Malaysia (2017). The Malaysian Code on Corporate Governance.

Retrieved from [www.sc.com.my](http://www.sc.com.my/wp-content/uploads/eng/html/cg/mccg2017.pdf): <https://www.sc.com.my/wp-content/uploads/eng/html/cg/mccg2017.pdf>

Shahzad, K., Gul, A., & Azam, K. (2016). Doing Good Is Doing Right: Effects of Corporate Social Responsibility on Customer Attitude and Behavior. *Abasyn University Journal Of Social Sciences*, 9(2), 329-341.

- Silva, M. F. G. (1999). 'The Political Economy of Corruption in Brazil', *RAE - Revista de Administracao de Empresas* 39(3).
- Soto, H., & Schuschny, A. (2009). *Guía metodológica: diseño de indicadores compuestos de desarrollo sostenible*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Santiago de Chile: Naciones Unidas
- Stiglitz, J. E. (2002). *El malestar en la Globalización*. Madrid, España: Taurus.
- Transparency International (2016). *Transparencia de la Información corporativa: Análisis de multinacionales de mercados emergentes [PDF file]*. Transparency International. Berlín, Alemania. Recuperado de http://www.chiletransparente.cl/wp-content/files_mf/1467921068TRAC_ES_web.pdf
- Trujillo, M. y Guzman A. (2015) *Revelación de información y valor de las empresas en América Latina*. Bogotá, Colombia: Editorial CESA.
- Trujillo, M., Trujillo, M. & Guzmán, A. (2010). Responsabilidad social empresarial y global reporting initiative. *Universidad y Empresa*, Vol 8, Iss 11, Pp 351-369 (2010), (11), 351. Retrieved from <http://ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.b5e9dedef6254ace8d8e69fb18a0a818&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Villanueva-Mansilla, E. (2017). Convergencia mediática: lecciones y preguntas desde la experiencia peruana. *Revista de Comunicación*, 16, 166–191. Retrieved from <http://ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=121923264&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Weekes-Marshall, D. (2014). Corporate Governance Disclosure Practices: Evidence from Barbados. *Social & Economic Studies*, 63(3/4), 307-341.

Wilhelm, P.G. (2002). International validation of the corruption perceptions index: implications for business ethics and entrepreneurship education. *Journal of Business Ethics* 35(3),177-189. doi: 10.1023/A:1013882225402



Apéndice A: Modelos de Medición de Transparencia Corporativa

Tabla A1

Índice de Transparencia Corporativa del Banco Mundial

Año	2013	2014	2015	2016	2017
País*					
Argentina	7	7	7	7	7
Australia	9	9	9	9	9
Bélgica	7	7	7	7	7
Bolivia	4	4	4	4	4
Brasil	8	8	8	8	8
Canadá	8	8	8	8	8
Chile	2	2	2	2	2
China	9	9	9	9	9
Colombia	6	6	6	6	6
Costa Rica	3	3	3	3	3
Ecuador	3	3	3	3	3
Francia	9	9	9	9	9
Alemania	7	7	7	7	7
Grecia	8	8	8	8	8
Haití	0	0	0	0	0
India	8	8	8	8	8
Indonesia	6	6	6	6	7
Irán	2	2	2	2	2
Iraq	3	3	3	3	3
Italia	8	8	8	8	8
Japón	5	5	5	5	5
México	4	4	4	4	4
Países Bajos	8	8	8	8	8
Nueva Zelanda	7	7	7	7	7
Panamá	6	6	6	6	6
Perú	5	5	5	5	5
Portugal	8	8	8	8	8
Singapur	8	8	8	8	8
España	9	9	9	9	9
Suiza	4	7	7	7	7
Emiratos Árabes	4	4	4	7	7
Reino Unido	8	8	8	8	8
Estados Unidos	5	5	5	5	5
Uruguay	1	1	1	1	1
Venezuela	3	3	3	3	3

Nota. Para efectos de la presente investigación se muestran los resultados de 35 países de los 212 evaluados. Adaptado de "Data Market", 2017 (<https://datamarket.com/data/set/5kcv/extent-of-corporate-transparency-index-0-9>).

Tabla A2

Modelo Standard and Poor's

Dimensión	Variable	Indicador
1. Estructura de propiedad y derechos de los inversores	Transparencia de propiedad	Proporcionar una descripción de las clases de acciones.
		Proporcionar una revisión de los accionistas por tipo.
		Proporcionar el número de acciones ordinarias emitidas y autorizadas pero no emitidas (2).
		Proporcionar el valor nominal de las acciones ordinarias emitidas y autorizadas pero no emitidas (2).
		Proporcionar el número de acciones emitidas y autorizadas pero no emitidas de preferencia, sin voto y otras clases (2).
	Concentración de propiedad	Proporcionar el valor nominal de las acciones emitidas y autorizadas pero no emitidas de preferencia, sin voto y otras clases (2).
		¿La compañía divulga los derechos de voto para cada clase de acciones?
		¿Los principales accionistas de 1, 3, 5 o 10 revelados? (4)
		¿Se revelan accionistas que poseen más de 10, 5 o 3 por ciento? (3)
		¿La compañía divulga el porcentaje de propiedad cruzada?
Procedimientos de votación y reunión de accionistas	¿Hay un calendario de fechas importantes para los accionistas?	
	Revisión de las juntas de accionistas (¿podrían ser minutos)?	
	Describe el procedimiento para las propuestas en las juntas de accionistas?	
	¿Cómo los accionistas convocan una reunión general extraordinaria?	
	¿Cómo los accionistas nombran directores para abordar?	
2. Transparencia financiera y divulgación de información	Enfoque empresarial	Describe el proceso de llevar la investigación a bordo.
		¿El informe anual se refiere o publica Carta de Gobierno Corporativo o Código de Mejores Prácticas? (2)
		¿Los Artículos de Asociación o los Artículos de Incorporación de la Carta están publicados?
		¿Hay una discusión de estrategia corporativa?
		¿Informar detalles del tipo de negocio en el que se encuentra?

Tabla A2 (continuación)
Modelo Standard and Poor's

Dimensión	Variable	Indicador
2. Transparencia financiera y divulgación de información	Estructura y transacciones de partes relacionadas	<p>¿Proporcionar una lista de afiliados en los que posee una participación minoritaria?</p> <p>¿La empresa divulga la estructura de propiedad de los afiliados?</p> <p>¿Hay una lista / registro de transacciones con partes relacionadas?</p> <p>¿Hay una lista / registro de transacciones grupales?</p>
	Información sobre auditores	<p>¿La empresa divulga el nombre de su empresa de auditoría?</p> <p>¿La compañía reproduce el informe de los auditores?</p> <p>¿Revelar cuánto paga en honorarios de auditoría al auditor?</p> <p>¿Revelar los honorarios no auditados pagados al auditor?</p>
3. Estructura y proceso de la junta	Estructura y composición de la junta	<p>¿Hay un presidente en la lista?</p> <p>¿Detalle sobre el presidente (que no sea nombre / título)?</p> <p>¿Hay una lista de miembros de la junta (nombres)?</p> <p>¿Hay detalles sobre los directores (que no sean nombre / título)?</p> <p>Detalles sobre el empleo actual / posición de los directores proporcionados?</p> <p>¿Se proporcionan detalles sobre empleos / puestos anteriores?</p> <p>¿Revelar cuándo cada uno de los directores se unió a la junta?</p> <p>Clasifica a los directores como un ejecutivo o un director externo?</p>
	Papel de la junta	<p>Detalles sobre el papel del consejo de administración en la empresa?</p> <p>¿Se revela una lista de asuntos reservados para la junta?</p> <p>¿Hay una lista de comités de la junta?</p>
3. Estructura y proceso de la junta	Entrenamiento y compensación del director	<p>Revise la última reunión de la junta (¿podrían ser minutos?)</p> <p>¿Hay un comité de auditoría?</p>

Tabla A2 (continuación)
Modelo Standard and Poor's

Dimensión	Variable	Indicador
		¿Hay un comité de remuneración / compensación? Nombres en el comité de remuneración / compensación)? ¿Hay un comité de nominación? Divulgación de nombres en el comité de nominación ¿Otra función de auditoría interna además del comité de auditoría? ¿Revelar si proporcionan formación de directores? ¿Revelar el número de acciones en la compañía en poder de los directores? ¿Hay un comité de estrategia / inversión / finanzas?
Estructura y proceso de la junta	Compensación y evaluación ejecutiva	Discutir el proceso de toma de decisiones del pago de los directores? ¿Se revelan los detalles de los salarios de los directores (números)? ¿Forma de sueldos de los directores divulgados (efectivo, acciones, etc.)? ¿Datos específicos divulgados sobre el pago relacionado con el desempeño para los directores? Lista de los altos directivos (no en el consejo de administración)? ¿Fondos de altos directivos revelados? ¿Número de acciones en poder de los altos directivos revelados? ¿Revelar el número de acciones en posesión de otras compañías afiliadas por parte de los gerentes? Discuta la toma de decisiones del pago de los gerentes (no de la junta directiva) Número de salarios de los gerentes (no a bordo) divulgados ¿Se divulgan los salarios de los gerentes (no a bordo)? ¿Datos específicos divulgados sobre el pago relacionado con el desempeño para los gerentes? Detalles del contrato del CEO revelados?

Tabla A3

Modelo Transparencia Corporativa

	Dimensión	Variable	Indicador
1.	Presentación y negocios	Descripción sobre el negocio de la empresa, sinopsis histórica, fortalezas, cobertura comercial, etc.	Historia corporativa Misión, visión, valores
2.	Gobierno corporativo	Descripción detallada de la organización y su forma de gobierno.	Estatuto social Remuneraciones de la alta dirección Responsabilidad del directorio
3.	Atención al inversionista	Datos que un inversionista desea saber, desde los hechos esenciales hasta los planes estratégicos pasando por los dividendos, la cotización bursátil, etc.	Hechos esenciales Calendarios de eventos Política de dividendos
4.	Información financiera	Estándares contables, formatos de entrega, supervisiones y periodicidad en la entrega de la información.	Memoria anual EE.FF. Trimestrales
5.	Sustentabilidad	Descripción y datos sobre políticas de sustentabilidad del negocio y su relación con sus grupos de interés.	Uso de energía y manejo de residuos Política de capacitación
6.	Herramientas	Herramientas que facilitan la búsqueda y comprensión de la información.	Contáctenos Otros Idiomas

Tabla A4

Índice de Transparencia Corporativa Internet IBEX 35

Dimensión	Variable
	Sitio web
	Perfil corporativo
	Estrategia
	Productos/Servicios/Negocios/Marcas
	Presencia/Cobertura/Subsidiaria
	Información sobre clientes
	Proveedores
	Calidad
	Innovación/Tecnología
1. Información corporativa	Comunidad/Medio Ambiente
	Contactos/Mapa del sitio
	Recursos humanos
	Sala de prensa
	Responsabilidad social y sustentabilidad
	Informe anual
	Informes trimestrales
	Cifras relevantes/indicadores financieros
	Registros(SEC, 2OF, NYSE-Nasdaq,AMX)
	Servicios e información para los inversores
	Información bursátil
	Eventos relevantes
2. Información financiera y relación con inversores	Bolsas de valores internacionales en las que cotiza
	Códigos de ética
	Políticas de gobierno corporativo
	Informes de gobierno Corporativo
	Asamblea de accionistas
	Composición del consejo de administración
	Comités de apoyo (auditoria)
	Comités de apoyo (gobierno corporativo)
	Comités de apoyo (nombramiento y remuneración)
	Comités de apoyo (planeación y finanzas)
	Comités de apoyo (otros)
3. Gobierno corporativo	Equipo directivo
	Composición accionarial
	Estatutos sociales
	Derechos de accionistas minoritarios
	Política de distribución de dividendos
	Ofertas públicas de adquisiciones
	Factores de riesgo

Tabla A5

Modelo de Medición Internacional de Transparencia para la Red de Transparencia y Acceso a la Información Pública (RTA)

Dimensión	Variable	Indicador
1. Recurso	Reconocimiento de derecho	¿Se reconoce el derecho de acceso a la información a los ciudadanos a nivel nacional?
		¿Se reconoce a nivel constitucional?
		¿Se reconoce a nivel de ley específica?
		Tipos de Sujetos Obligados
		¿Normativa de existencia de unidades de enlace?
	Garantía del derecho	¿Exigencia de existencia de unidades de enlace?
		¿Existen protocolos establecidos para el cumplimiento del derecho en TA (fecha de actualización, usabilidad, precisión de la info, etc.).
		¿Existen protocolos establecidos para el ejercicio del derecho en TP?
		¿Existe un tercero independiente al sujeto obligado sobre el cual desarrollar una reclamación?
		¿Existen sanciones que emanen del tercero independiente?
2. Proceso	Función (órgano garante)	Existencia de políticas de archivo.
		¿Existe una política de datos abiertos que emane del nivel legal?
		¿Existe una política de datos abiertos que emane del nivel administrativo?
		¿Existe fiscalización en TA?
		¿Se mida la calidad de la información?
	Sujeto obligado	Tipo de fiscalización en TA.
		¿Existe fiscalización en TP?
		Tipo de fiscalización en TP
		¿Realizó programas de capacitación para funcionarios directivos sobre transparencia y derecho a acceso?
		¿Realizó programas de capacitación para funcionarios públicos sobre transparencia y derecho a acceso?
		¿Realizó programas de capacitación para ciudadanos sobre transparencia y derecho a acceso?
		¿Existe una estrategia comunicacional para posicionar el derecho?
		¿Realizó alguna campaña de publicidad en medios de comunicación masiva?
		¿Existen plataformas tecnológicas para la realización de solicitudes de acceso?
		¿Las plataformas de acceso están integradas por el órgano garante?
		¿Existen estadísticas en línea respecto a la plataforma tecnológica?
		¿Existen reportes de rendición de cuentas de la función de transparencia?
		¿Periodicidad de los reportes?
		Aumento o disminución de presupuesto para transparencia de año a año.
		Instalación de enlaces en sujetos obligados.

	Desempeño institucional	<p>Información sobre resultado de la fiscalización TA.</p> <p>Resultado fiscalización TP.</p> <p>Satisfacción con la información disponible en el portal (TA).</p> <p>Satisfacción referida a la utilidad de la información.</p> <p>Satisfacción con el proceso y resultado de la solicitud.</p>
	Satisfacción de usuario	<p>Satisfacción con la atención general en el proceso de reclamo.</p> <p>Satisfacción con la claridad del lenguaje usado al informar sobre la decisión de su reclamo.</p> <p>Satisfacción con la pertinencia de la decisión sobre su reclamo.</p>
3. Resultado		<p>¿Conoce que existe norma que garantiza el derecho al acceso a la información pública?</p> <p>¿Ha usado el derecho?</p> <p>¿Ha consultado información?</p> <p>¿Ha solicitado información específica?</p> <p>Utilidad para el usuario de la transparencia y el acceso a la información.</p> <p>¿Conoce que existe norma que garantiza el derecho al acceso a la información pública?</p> <p>¿Qué tanta utilidad cree que tiene la transparencia y el acceso a la información?</p>
	Ciudadanía	
	Funcionarios	
	Derecho de acceso a la información como "derecho llave"	¿El derecho de acceso a la información le ha permitido ejercer otros derechos?
4. Impacto	Derecho de acceso a la información centrado en la gestión pública	<p>¿El ejercicio de derecho ha colaborado en introducir mejoras en la administración pública?</p> <p>¿Ha permitido reducir la corrupción o focos de corrupción detectados en la administración pública?</p>
	Derecho de acceso a la información y sistema político	<p>¿El derecho de acceso a la información contribuye a mejorar la calidad de la democracia?</p> <p>¿En qué aspectos y en qué medida?</p>

Tabla A6

Factores que Inciden en una Mayor Transparencia de Gobernanza Corporativa en Empresas Cotizadas Latinoamericanas

Dimensión	Variable	Indicador
1. Sistema Legal	Sistema legal	Indicador de gobierno mundial
2. Gobierno Corporativo	Tamaño del consejo	Logaritmo natural de número miembros en el consejo
	Independencia del consejo	Proporción de consejeros independientes
	Estructura de la propiedad	Porcentaje de las acciones comunes sostenidas por los tres principales accionistas
	COB-CEO	Variable dicotómica 1 o 0
	Comité de auditoría	Presencia del comité de auditoría
3. Control	Participación femenina en el consejo	% de mujeres en el consejo de administración
	Endeudamiento	Endeudamiento = deuda a largo plazo/total de activos
	Tamaño de la empresa	Logaritmo natural del total de empleados
	Rentabilidad	Retorno de los activos (EBIT) / valor en libros del total de activos
	Sector Industrial	Variable dummy (10 sectores industriales)
	Año	Variable dummy (periodo 2004-2010)

Tabla A7

Transparencia y Buen Gobierno

Dimensión	Indicador
1. Órgano de gobierno y ejecutivo	<p>Composición del órgano de gobierno accesible y a disposición pública (nombre, cargo y descripción de su trayectoria).</p> <p>Si más del 40% de miembros del órgano de gobierno ostentan cargos en una misma institución (partido político, sindicato, grupo empresarial, congregación religiosa o administración pública) y/o su pertenencia a la misma es reconocida públicamente, se hace pública dicha vinculación (sin detallar los datos personales).</p> <p>El organigrama y nombres de los principales responsables de la estructura ejecutiva es accesible y está a disposición pública.</p> <p>Los estatutos son accesibles y están a disposición pública.</p> <p>Tablas salariales accesibles y a disposición pública.</p> <p>Identificar nominalmente a las personas que componen el órgano de gobierno.</p>
2. Misión, visión y valores	<p>La misión es accesible y está a disposición pública.</p> <p>La visión es accesible y está a disposición pública.</p> <p>Los valores de la organización son accesibles y están a disposición pública.</p> <p>La información sobre la evolución histórica de la organización es accesible, está a disposición pública y contiene como mínimo año de constitución, motivación, fundadores e hitos.</p> <p>Las recomendaciones éticas del Tercer Sector de Acción Social y/o otros códigos de conducta (propios o suscritos) son accesibles y están a disposición pública.</p>
3. Base social y apoyos	<p>Hay datos cuantitativos de cada uno de los siguientes colectivos (personas físicas o jurídicas) de la base social de la organización, especificando qué se entiende por cada uno de ellos: socios/as, donantes y voluntarios/a y personas beneficiarias.</p> <p>Hay datos cuantitativos de las personas contratadas en la organización.</p> <p>Existe un listado público y accesible sobre las redes o federaciones a las que pertenece la organización.</p> <p>Existe un listado público y accesible de los financiadores públicos y privados que son personas jurídicas.</p> <p>El documento de criterios del BG 6.7 y los canales (como mínimo correo electrónico y teléfono) a través de los cuales las personas voluntarias, beneficiarias, los grupos de interés y la sociedad en general pueden solicitar información y hacer llegar quejas sobre la organización, son accesibles.</p> <p>Existe información pública y accesible sobre la implantación territorial de la organización (sedes).</p>

	<p>Existe un listado público y accesible de las ayudas públicas y las subvenciones públicas y privadas concedidas en el año analizado, con indicación de su importe, objetivo o finalidad y grupos beneficiarios.</p>
4. Planificación y rendición de cuentas	<p>La planificación estratégica, como mínimo sus líneas generales, es accesible externamente.</p> <p>La planificación estratégica es accesible internamente.</p> <p>Las cuentas anuales de la organización (balance situación, cuenta de resultados y memoria económica), auditadas en el caso de las organizaciones que deben pasar auditoría externa obligatoriamente, son accesibles al público en general.</p> <p>Se difunde públicamente con carácter anual una memoria social de actividades.</p> <p>Las memorias sociales de los últimos tres años son públicas y accesibles.</p> <p>La información citada en el indicador 4.3 de los últimos tres años es pública y accesible.</p> <p>La organización reporta a la Plataforma del Tercer Sector la distribución del origen y aplicación de los fondos del periodo siguiendo los criterios que establece la Plataforma del Tercer Sector.</p> <p>En la memoria social se facilita, como mínimo, la siguiente información de todos los programas y proyectos: título, comunidad o comunidades autónomas donde se desarrollan, importe ejecutado, colaboraciones o partenariados locales, número de personas beneficiarias y número de personas voluntarias.</p> <p>La organización pone a disposición pública el compromiso de comunicación con las personas e instituciones que hagan aportaciones finalistas. Como mínimo dicho compromiso incluirá el proporcionar información sobre la actividad apoyada y los resultados obtenidos con la misma.</p> <p>La organización pone a disposición pública su política de inversiones financieras.</p>

Tabla A8

Índice de Relevación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina

Dimensión	Variable	Indicador
1. Junta directiva	Nombres de los miembros de junta directiva	La empresa revela el listado de nombres completos para cada uno de los miembros de la junta directiva de la compañía.
	Carácter de interno o externo	La empresa revela la calidad en términos de independencia de cada uno de los miembros de la junta directiva.
	Perfil de los miembros de la junta	La empresa revela el perfil profesional, la posición laboral, la edad y el género de cada uno de los miembros de la junta directiva.
	Remuneración de los miembros de la junta	La empresa revela los honorarios por asistencia a las sesiones de la junta directiva en el año.
	Asistencia a las reuniones	La empresa revela la asistencia a sesiones de los miembros de la junta directiva en términos de número de sesiones realizadas durante el año y el porcentaje de participación de sus miembros.
	Procesos de selección y elección de los miembros de junta directiva	La empresa revela el proceso de elección, periodo y metodología de votación para elección de los miembros de la junta directiva.
	Nombre de los comités	La empresa revela información de los comités de apoyo a la junta directiva, así como los objetivos y el alcance de cada uno.
	Integrantes de los comités	La empresa revela información de los miembros que conforman los comités de apoyo a la junta directiva
2. Resumen ejecutivo	Resumen general de la operación del año	La empresa revela información de los principales hechos destacables durante el año en relación con la operación, administración y gestión de la empresa.
	Resumen de la información financiera	La empresa revela información de los principales hechos financieros en relación con nivel de ingresos, márgenes, exportaciones y niveles de inversión.
	Carta a los accionistas	La empresa revela un mensaje dirigido a los grupos de interés en relación con la gestión de la empresa durante el año, desempeño económico y financiero, compromiso social de la empresa, gestión ambiental y futuro de la compañía.
3. Información de la empresa	Perfil de la empresa	La empresa revela información del tipo societario, actividad económica y presencia nacional e internacional.
	Estructura organizacional	La empresa revela información de la estructura organizacional de la compañía detallando los diferentes niveles jerárquicos, unidades funcionales y de apoyo.
	Historia	La empresa revela una línea de tiempo con los principales hechos que describen el pasado y presente de la empresa (desde el año de fundación hasta el presente).

	Marco estratégico	La empresa revela un resumen del plan estratégico en desarrollo y los principales desafíos afrontados durante el año para cumplirlo, así como avances en el mismo.	
	Misión	La empresa revela la misión de la compañía.	
	Visión	La empresa revela la visión de la compañía.	
	Certificaciones y acreditaciones	La empresa revela los premios y reconocimientos recibidos en el año, así como las certificaciones y acreditaciones alcanzadas.	
4.	Gobierno corporativo	Código de buen gobierno	La empresa revela la existencia de un código de buen gobierno especificando las prácticas de gobierno corporativo establecidas en el mismo.
		Estructura de gobierno	La empresa revela los órganos que hacen parte de la estructura de gobierno de la compañía (asamblea general de accionistas, junta directiva y comités de alto gobierno)
		Informe anual de gobierno corporativo	La empresa revela un informe detallado de todas las actividades que hacen parte del Sistema de Gobierno Corporativo, realización y ejecución.
		Cumplimiento del código de buen gobierno	La empresa revela el cumplimiento del código de buen gobierno así como los cambios realizados al mismo durante el año.
		Procesos de selección y política de remuneración de altos directivos	La empresa revela la política de selección y remuneración de los altos directivos.
		Estructura de control interno	La empresa revela las prácticas realizadas dentro del sistema de control interno, así como las realizadas por la dirección de auditoría interna.
		Estructura de control externo	La empresa revela los diferentes organismos que fungen como controles externos a la compañía (revisor fiscal, órganos de inspección, vigilancia y control, agencias calificadoras de riesgo).
		Transparencia y anticorrupción (manual conflictos de interés)	La empresa revela la existencia de un Código de Ética, de normativas en materia de prevención de actos ilícitos, mecanismos de prevención del fraude y corrupción.
5.	Responsabilidad social	Relacionamiento con grupos de interés	La empresa revela las expectativas y compromisos establecidos con los grupos de interés, así como la adopción de prácticas de beneficio mutuo, relacionamiento, y los medios de verificación y cumplimiento.
		Resultados de la RSE con grupos de interés	La empresa revela el nivel de cumplimiento de cada uno de los megas de relacionamiento con los grupos de interés (sostenibilidad, confianza y reputación corporativa, gestión transparente y respeto a los derechos humanos, comportamiento de apoyo de los grupos de interés).
		Reporte de sostenibilidad	La empresa revela el reporte integrado de gestión sostenible bajo los estándares del Global Reporting Initiative GRI (gestión económica, social y ambiental). Además, informa el nivel de reputación corporativa para el año de gestión.
		Proyectos de protección ambiental	La empresa revela la política de gestión ambiental y los proyectos llevados a cabo para proteger el impacto ambiental (calidad del aire, desarrollo limpio, emisiones, cambio climático, biodiversidad, ecoeficiencia, etc.).

		Inversiones ambientales	La empresa revela los niveles de inversión ambiental (fauna, flora, recuperación y protección de recursos naturales renovables, manejo del agua, aire, desechos).
6.	Informe económico	Resumen del estado de resultados	La empresa revela el estado de resultados del periodo.
		Resumen del balance general	La empresa revela el Balance General del periodo.
		Indicadores financieros	La empresa revela indicadores de liquidez, costo de ventas, rentabilidad, endeudamiento y solvencia.
		Rendimiento de inversiones	La empresa revela el rendimiento de los portafolios de inversión en moneda local y extranjera.
		Ejecución presupuestal	La empresa revela toda la ejecución presupuestal de la compañía detallando los diferentes rubros que conforman el presupuesto (recaudo de ingresos y ejecución de gastos).
		Evolución de la acción en el mercado	La empresa revela el rendimiento de la acción de la compañía en los índices de bursatilidad local y extranjera.
7.	Gestión de riesgos	Identificación de riesgos	La empresa revela el ciclo de gestión de riesgos de la empresa de acuerdo con la estructura organizacional, las líneas de negocio y los procesos de la empresa.
		Mapa de riesgos	La empresa revela el mapa de riesgos empresariales en relación con el entorno, operacionales, financieros y estratégicos.
		Asuntos legales	La empresa revela los resultados o avances de los procesos judiciales en los que actuó como demandante y en los que fue demandada, sanciones y multas significativas durante el año reportado, así como las principales contingencias legales.
8.	Dimensión social	Atracción y retención de talento humano	La empresa revela el comportamiento de la planta de personal en términos de nuevas contrataciones en el año detallado por tipo de contrato, género, nacionalidad, edad, régimen laboral, entre otros. Además, señala la existencia de una política de compensación, planes de desarrollo y formación.
		Perfil y clasificación de trabajadores (tablas salariales)	La empresa revela la escala salarial por género y por cargo.
		Gestión de la cultura y el ambiente laboral	La empresa revela el proceso de gestionar cultura a través del fortalecimiento de competencias y valores para mejorar comportamientos orientados al cuidado de la vida, las personas, el entorno y las instalaciones. Además, se menciona la existencia de un proceso de evaluación por desempeño a empleados y la cobertura alcanzada en el año.
		Clima organizacional	La empresa revela los resultados de la medición del clima laboral bajo estándares internacionales que contemplan dimensiones en relación con credibilidad, respeto, integridad, camaradería y orgullo.
		Proyectos de bienestar para los trabajadores	La empresa revela los planes dirigidos a mejorar la calidad de vida de los trabajadores (Plan de Bienestar, Plan de Salud Ocupacional y Plan de Salud, Seguridad y Medioambiente). Además, se mencionan los reconocimientos a empleados por desempeño y antigüedad.

	Salud ocupacional	La empresa revela el Plan de salud ocupacional en las áreas de riesgos para la salud, salud industrial, higiene industrial, ergonomía, vigilancia epidemiológica ocupacional y pausas activas.
	Ausentismo laboral	La empresa revela el informe de gestión, los eventos que son considerados causales del ausentismo laboral (enfermedad común, enfermedad profesional, accidente de trabajo, accidente fuera del trabajo, accidente deportivo, permiso especial de salud y enfermedad de interés ocupacional).
9.	Responsabilidad con otros grupos de interés	Relación con los proveedores
		Relación con los accionistas
		Relación con los clientes y los productos
		La empresa revela el nivel de empresas y personas contratistas, así como la normativa salarial y programas de formación para contratistas.
		La empresa revela los canales de comunicación con inversionistas y el nivel de utilización.
		La empresa revela la segmentación de los clientes de la empresa, el nivel de satisfacción de los mismos y el portafolio de productos que vende.

Tabla A9

Transparencia de la Información Corporativa

Dimensión	Indicador
1. Informes sobre programas anticorrupción	<p>¿La compañía tiene un compromiso declarado públicamente con la lucha contra la corrupción?</p> <p>¿La empresa se compromete públicamente a cumplir con todas las leyes relevantes, incluidas las leyes anticorrupción?</p> <p>¿El liderazgo de la compañía (miembro principal de la gerencia o junta) demuestra apoyo para la lucha contra la corrupción?</p> <p>¿El código de conducta / política anticorrupción de la compañía se aplica explícitamente a todos los empleados y directores?</p> <p>¿La política anticorrupción de la compañía se aplica explícitamente a las personas que no son empleados sino que están autorizadas para actuar en nombre de la empresa o representarla (por ejemplo: agentes, asesores, representantes o intermediarios)?</p> <p>¿El programa anticorrupción de la compañía se aplica a personas o entidades no controladas que proporcionan bienes o servicios bajo contrato (por ejemplo: contratistas, subcontratistas, proveedores)?</p> <p>¿Tiene la compañía un programa de capacitación anticorrupción para sus empleados y directores?</p> <p>¿Tiene la compañía una política de regalos, hospitalidad y gastos?</p> <p>¿Existe una política que prohíba explícitamente los pagos de facilitación?</p> <p>¿El programa les permite a los empleados y a otras personas plantear inquietudes e informar violaciones (del programa) sin riesgo de represalias?</p> <p>¿Proporciona la compañía un canal a través del cual los empleados pueden informar presuntas violaciones de las políticas anticorrupción, y permite el canal un informe confidencial y / o anónimo (denuncia de irregularidades)?</p> <p>¿La compañía lleva a cabo un monitoreo regular de su programa anticorrupción para revisar la idoneidad, idoneidad y efectividad del programa e implementar mejoras según corresponda?</p> <p>¿La empresa tiene una política sobre contribuciones políticas que prohíbe dichas contribuciones o, en caso contrario, exige que dichas contribuciones se den a conocer públicamente?</p>
2. Transparencia organizacional	<p>¿La empresa divulga una lista completa de sus subsidiarias totalmente consolidadas?</p> <p>¿La empresa divulga cuáles son sus porcentajes de titularidad en cada una de las subsidiarias totalmente consolidadas?</p> <p>¿La empresa divulga cuáles son los países en los cuales están legalmente constituidas sus subsidiarias totalmente consolidadas?</p> <p>¿La empresa divulga cuáles son los países donde opera cada una de sus subsidiarias totalmente consolidadas?</p>

¿La empresa divulga una lista completa de sus participaciones que no están totalmente consolidadas (entidades asociadas, emprendimientos conjuntos)?

¿La empresa divulga cuáles son sus porcentajes de titularidad en cada una de las participaciones que no están totalmente consolidadas?

¿La empresa divulga cuáles son los países donde se encuentran legalmente constituidas cada una de sus participaciones que no están totalmente consolidadas?

¿La empresa divulga cuáles son los países donde operan cada una de sus participaciones que no están totalmente consolidadas?

¿La empresa divulga los ingresos/las ventas que tiene en el país X?

¿La empresa divulga sus gastos en bienes de capital en el país X?

3. Informes país por país

¿La empresa divulga los resultados antes de impuestos que obtiene en el país X?

¿La empresa divulga el impuesto sobre los ingresos que paga en el país X?

¿La empresa divulga cuál es su contribución a la comunidad en el país X?

Tabla A10

Global Reporting Initiative

Dimensión	Variable
1. Económica	Desempeño económico
	Presencia en el mercado
	Impactos económicos indirectos
	Prácticas de contratación pública
	Anticorrupción
	Prácticas anticompetitivas
2. Ambiental	Materiales
	Energía
	Agua
	Biodiversidad
	Emisiones
	Vertidos y residuos
	Cumplimiento ambiental
	Evaluación ambiental de proveedores
3. Social	Empleo
	Relaciones laborales
	Seguridad y salud laboral
	Formación y educación
	Diversidad e igualdad de oportunidades
	No discriminación
	Libertad sindical y la negociación colectiva
	Trabajo infantil
	Trabajo forzoso u obligatorio
	Prácticas de seguridad
	Derechos de los pueblos indígenas
	Evaluación de los derechos humanos
	Comunidades locales
	Evaluación social de proveedores
	Política pública
Salud y seguridad del cliente	
Comercialización y etiquetado	
Privacidad del cliente	
Cumplimiento socioeconómico	

Tabla A11

Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas

Dimensión	Variable
1. Derechos de los Accionistas	Paridad de trato
	Participación de los accionistas
	No dilución en la participación en el capital social
	Información y comunicación a los accionistas
	Participación en dividendos de la sociedad
	Cambio o toma de control
	Arbitraje para solución de controversias
2. Juntas general de accionistas	Función y competencia
	Reglamento de junta general de accionistas
	Mecanismos de convocatoria
	Propuestas de puntos de agenda
	Procedimiento para el ejercicio del voto
	Delegación de voto
3. El directorio y la alta gerencia	Seguimiento de acuerdos de la juntas general de accionistas
	Conformación del directorio
	Funciones del directorio
	Deberes y derechos de los miembros del directorio
	Reglamento del directorio
	Directores independientes
	Operatividad del directorio
	Comités especiales
	Código de ética y conflictos de interés
	Operaciones con partes vinculadas
Funciones de la alta gerencia	
4. Riesgo y cumplimiento	Entorno del sistema de gestión de riesgos
	Auditoría interna
	Audidores externos
5. Transparencia de la Información	Política de información
	Estados financieros y memoria anual
	Información sobre estructura accionaria y acuerdos entre los accionistas
	Informe de gobierno corporativo

Tabla A12

Ley 27806 - Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública

Dimensión
1. Disposiciones generales
2. Portal de Transparencia
3. Acceso a la Información Pública del Estado
4. Transparencia sobre el manejo de las finanzas públicas
5. Registro de la Información de Acceso Restringido



Apéndice B: Instrumento de Medición para la Dimensión Políticas Anticorrupción

Hora de inicio ____:____ Fecha:

DD	MM	AA

 N. Encuesta: _____
 Hora de término ____:____

CIUDAD	
Lima	

Buenos días/tardes. Mi nombre es _____ y soy estudiante de la escuela de Negocios CENTRUM. En esta oportunidad nos encontramos haciendo una breve encuesta sobre transparencia corporativa en la industria de Banca comercial en Perú y quisiéramos contar con su opinión sincera. Por favor responda sobre la base de su experiencia personal. Gracias por su colaboración.

FILTROS GENERALES

F1. ¿Usted ha trabajado en alguna de estas actividades? (LEER OPCIONES) (SI RESPONDE SÍ EN ALGUNA DE LAS ACTIVIDADES, AGRADECER Y TERMINAR)

A. Empresa de investigación de mercados.	SI RESPONDE SÍ EN ALGUNA DE LAS ALTERNATIVAS, TERMINAR.
B. Medios de comunicación (radio, tv, diarios, revistas).	
C. Empresas auditoras o consultoras.	

F2. ¿Trabaja actualmente en alguno de estos Bancos Comerciales? (SI RESPONDE NO, AGRADECER Y TERMINAR, SI RESPONDE SÍ, MARCAR LA OPCIÓN)

Banco Continental	Citibank	Ripley
Banco del Comercio	Interbank	Azteca
Banco de Crédito	Mibanco	Cencosud
Banco Financiero	GNB	ICBC
Banco Interamericano de Finanzas	Falabella	Santander
Scotiabank		

F3. ¿Hace cuánto tiempo trabaja ahí? (SI RESPONDE MENOS DE 1 AÑO, AGRADECER Y TERMINAR) _____ años.

MEDIDAS SOBRE POLÍTICAS ANTICORRUPCIÓN

Ahora le voy a hacer algunas preguntas sobre el banco donde trabaja para conocer su opinión. Le agradeceré que me responda con la mayor sinceridad. No hay respuestas buenas ni malas.

P1. Dígame, ¿la empresa donde trabaja tiene un compromiso declarado públicamente con la lucha contra la corrupción?

Sí	No	No sabe / No opina

P2. ¿Podría darme algún ejemplo general sobre el compromiso de su empresa con la lucha contra la corrupción?

P3. ¿La empresa donde trabaja tiene un código de ética/conducta y/o políticas anticorrupción?

Sí	No	No sabe / No opina

P4. (SI RESPONDE SÍ EN P3, PREGUNTAR) ¿El código de ética/conducta y/o políticas anticorrupción se aplican explícitamente a todos los empleados de la compañía incluyendo a los directores?

Sí	No	No sabe / No opina

P5. (SI RESPONDE SÍ EN P3, PREGUNTAR) ¿El código de ética/conducta y/o políticas anticorrupción se aplican a personas o entidades no controladas que proporcionan bienes o servicios a tu empresa? MENCIONAR EJEMPLOS: contratistas, subcontratistas, proveedores).

Sí	No	No sabe / No opina

P6. ¿Tiene la compañía donde trabaja un programa de capacitación anticorrupción para sus empleados y directores?

Sí	No	No sabe / No opina

P7. SI RESPONDE SÍ A P6, PREGUNTAR. Sobre el programa anticorrupción, ¿podría darnos mayor información sobre su composición?

Formato	Online	Presencial		
Vigencia	Mensual	Trimestral	Semestral	Anual

Otros detalles que nos quiera brindar sobre el programa anticorrupción:

P8. ¿La compañía donde trabaja proporciona un canal a través del cual los empleados pueden informar presuntas violaciones de las políticas anticorrupción respetando la confidencialidad y/o anonimato?

Sí	No	No sabe / No opina

P9. SI RESPONDE SÍ A P8, PREGUNTAR. ¿Cuáles son las características de este canal?

Es anónimo	Se publicita internamente	Es fácil de acceder

Otros: _____

P10. SI RESPONDE SÍ A P8, PREGUNTAR. El formato del canal es:

Telefónico	Online	Presencial
------------	--------	------------

P11. ¿La compañía donde trabaja lleva a cabo un monitoreo regular de su programa anticorrupción para revisar la idoneidad y efectividad del programa e implementar mejoras según corresponda?

Sí	No	No sabe / No opina

P12. ¿La empresa donde trabaja declara su compromiso contra prácticas anticompetitivas como concertación de precios y dumping?

Sí	No	No sabe / No opina

P13. ¿Podría mencionar algún ejemplo sobre prácticas anticompetitivas?

Muchas gracias por su tiempo

Apéndice C: Validación del Modelo por Expertos

Validación experto en metodología de investigación: Beatrice Avolio Alecchi, doctora en Administración de Empresas de la Maastricht School of Management, Países Bajos, Doctora en Administración Estratégica de Empresas de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Master of Philosophy de la Maastricht School of Management, Países Bajos, Magíster en Administración de Empresas de la Escuela de Administración de Negocios para Graduados, Perú, Licenciada en Administración de Empresas y Licenciada en Contabilidad por la Universidad del Pacífico, Perú. Especialista en temas relacionados a la gestión financiera y administrativa; planificación financiera; elaboración y ejecución de proyectos; análisis de riesgo y gestión educativa. Se ha desempeñado en el área contable y administrativa en empresas reconocidas a nivel internacional como son Price Waterhouse; Southern Perú Ltd., y Procter & Gamble (Deter Perú S.A.). Cuenta con más de 20 años de experiencia docente, siendo especialista en cursos relacionados a las finanzas y la contabilidad. Fue seleccionada para la validación del modelo propuesto por su conocimiento en áreas relacionadas con metodología de investigación.



Cynthia Radunovich Alonso <a20023161@pucp.edu.pe>

para bavolio, mbautistaf, Miguel, Rufino ▾

Perfecto Beatrice, nos enfocaremos en la redacción y forma de presentación.

Sobre el instrumento, estaría validado por ti? Ya podemos validarlo con otros expertos verdad?

Estamos en contacto, gracias!

Cynthia R.



Beatrice Avolio

para mi, mbautistaf, Miguel, Rufino ▾

Si, correcto

Saludos

BA

Validación experto en políticas anticorrupción: Adriana Delgado Herrera, antropóloga, MSc en Antropología y Desarrollo Sostenible, antropóloga de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Master of science (Msc), Antropología Social y Cultura, Desarrollo sostenible por Vrije Universiteit Amsterdam. Más de 20 años gestionando programas y proyectos de desarrollo sostenible en Perú, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, Haití, Paraguay; con el enfoque de derechos, fortalecimiento de capacidades, incidencia y autogestión. Especialista en metodologías y herramientas participativas para el desarrollo, el fortalecimiento de capacidades/competencias y el aprendizaje significativo. Formación y conocimiento profundo en enfoque de género, interculturalidad, gestión ambiental sostenible, gestión de riesgos de desastres. En su experiencia ha trabajado en temas de Accountability y transparencia a través de Políticas institucionales trasladados a diferentes actores como stakeholders y comunidad. Actual gerente de educación y sociedad del British Council. Cinco años como gerenta de programas de la fundación Stromme Foundation, organización noruega con la que trabajó el tema de transparencia y anticorrupción.

Dimensión	Variable	Ponderación	Indicador	Tomado / Adaptado de	Fuente
7. Políticas anticorrupción	Declaración de compromiso contra la corrupción	0.14	La compañía tiene un compromiso declarado públicamente con la lucha contra la corrupción.	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Revelación de código de ética/conducta	0.14	El código de ética/conducta y política anticorrupción de la compañía se aplica explícitamente a todos los empleados y directores.	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Extensión de las políticas anticorrupción	0.14	El programa anticorrupción de la compañía se aplica a personas o entidades no controladas que proporcionan bienes o servicios bajo contrato (por ejemplo: contratistas, subcontratistas, proveedores).	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Existencia de capacitación de políticas anticorrupción	0.14	Tiene la compañía un programa de capacitación anticorrupción para sus empleados y directores.	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Existencia de canales de contacto sobre actos anticorrupción	0.14	Proporciona la compañía un canal a través del cual los empleados pueden informar presuntas violaciones de las políticas anticorrupción, y permite el canal un informe confidencial y / o anónimo (denuncia de irregularidades).	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Monitoreo políticas anticorrupción	0.14	La compañía lleva a cabo un monitoreo regular de su programa anticorrupción para revisar la idoneidad y efectividad del programa e implementar mejoras según corresponda.	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Declaración de prácticas anticompetitivas	0.14	La empresa declara su compromiso contra prácticas anticompetitivas como concertación de precios y dumping.	Global Reporting Initiative	Encuesta

Validado por Adriana Delgado Herrera
Nombre:

DNI: 1026351

Experto en: Políticas Anticorrupción para Agencias de cooperación internacional.

Firma: 

Comentarios: _____

Validación experto en sustentabilidad y gobierno corporativo: Luciano Barcellos de Paula, doctor en empresa de la Universidad de Barcelona, España con Máster en Investigación, en Empresas, Finanzas y Seguro de la Universidad de Barcelona, España., MBA en Business Administration de la Universidad Politécnica de Catalunya, MBA & Leisure Management, Business Administration de la EAE Business School, España, con certificaciones GRI Certified Training Program Spain – on GRI Sustainability Reporting Process provided by BSD Group Ltd. Barcelona, España, SA8000:2008 – Social Accountability International y BSD Consulting Brasil, Brasil y Norma ABNT NBR 15401 Sistema de Gestión de la Sostenibilidad para medios de hospedaje, Instituto de Hospitalidad, Brasil, actualmente se desempeña como profesor e investigador en CENTRUM, seleccionado para validar el modelo por su experiencia y publicaciones relacionadas con sostenibilidad, stakeholders y responsabilidad social, experiencia que contribuye en la validación de las dimensiones del instrumento de medición corporativa.

Divulgación de políticas de libertad laboral	0.20	La empresa cuenta con una política contra de discriminación laboral, libertad sindical, negociación colectiva, diversidad e igualdad de oportunidades.	Global Reporting Initiative	Página web corporativa de la empresa y/o páginas web de empleo de la empresa
Revelación de la política de empleo y selección de trabajadores	0.20	La empresa cuenta con un proceso claro, abierto, explícito y conocido para nuevas contrataciones o movildades/promociones internas.	Global Reporting Initiative	Página web corporativa de la empresa y/o páginas web de empleo de la empresa
Declaración de compromiso contra la corrupción	0.14	La compañía tiene un compromiso declarado públicamente con la lucha contra la corrupción.	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
Revelación de código de ética/conducta	0.14	El código de ética/conducta y política anticorrupción de la compañía se aplica explícitamente a todos los empleados y directores.	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
Extensión de las políticas anticorrupción	0.14	El programa anticorrupción de la compañía se aplica a personas o entidades no controladas que proporcionan bienes o servicios bajo contrato (por ejemplo: contratistas, subcontratistas, proveedores).	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
Existencia de capacitación de políticas anticorrupción	0.14	Tiene la compañía un programa de capacitación anticorrupción para sus empleados y directores.	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
Existencia de canales de contacto sobre actos anticorrupción	0.14	Proporciona la compañía un canal a través del cual los empleados pueden informar presentas violaciones de las políticas anticorrupción, y permite el canal un informe confidencial y / o anónimo (denuncia de irregularidades).	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
Monitoreo políticas anticorrupción	0.14	La compañía lleva a cabo un monitoreo regular de su programa anticorrupción para revisar la idoneidad y efectividad del programa e implementar mejoras según corresponda.	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
Declaración de prácticas anticompetitivas	0.14	La empresa declara su compromiso contra prácticas anticompetitivas como concertación de precios y dumping.	Global Reporting Initiative	Encuesta

Validado por

Nombre: Luciano Barcellos de PaulaDNI: CE 001554456Experto en: Sostenibilidad y Gobierno Corporativo.Firma: 

Comentarios: _____

Validación experto en estadística: Juan Narro Levi, licenciado en Ciencias Marítimas Navales, con maestría en Administración universidad Pacífico, postgrados en Administración así como estudios en Seguridad Nacional y Estudios Estratégicos, además se ha desempeñado en el área académica como catedrático de la Universidad del Pacífico, de la Escuela Superior de Guerra Naval y del Centro de Altos Estudios Nacionales en las áreas de Estadística, Análisis de Métodos Cuantitativos, Planeamiento y Dirección Estratégica, siendo seleccionado como estadístico para validar el presente instrumento de medición de transparencia corporativa.



JUAN PEDRO RODOLFO NARRO LAVI
para JOSÉ, RUFINO, mi, Cynthia ▾

mié., 17 oct. 11:37 (hace 2 días) ☆ ↗

Estimado Sr. Perales,

Reciba un saludo cordial, con relación a su consulta, de acuerdo, se valida la propuesta, veamos que resultados nos arroja.

Agradeciendo la atención.

Atte.

JUAN PEDRO RODOLFO NARRO
LAVI
Profesor

jnarro@pucp.pe
www.centrum.pucp.edu.pe
(511) 626 7100 ext 7196



Validación experto en lengua y literatura: Luis Henry Vara Marin es licenciado en Literatura por la Escuela de Lingüística y Literatura en la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional Federico Villarreal. Graduado de la Maestría en Literatura en la Facultad de Letras y Ciencias Humanas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y Bachiller en Pedagogía en la Universidad Ricardo Palma. Actualmente es profesor en el área de comunicación de Español A NS Literatura en el Diploma de Bachillerato Internacional en el colegio San Ignacio de Recalde. Tiene experiencia como editor en la Editorial Santillana elaborando textos en español para distintos niveles educativos en el área de comunicación basados en las más modernas e innovadoras teorías del aprendizaje y siguiendo los lineamientos del enfoque educativo vigente, según las necesidades pedagógicas y culturales específicas para cada área de aprendizaje.

Dimensión	Variable	Ponderación	Indicador	Tomado / Adaptado de	Fuente
7. Políticas anticorrupción	Declaración de compromiso contra la corrupción	0.14	La compañía tiene un compromiso declarado públicamente con la lucha contra la corrupción.	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Revelación de código de ética/conducta	0.14	El código de ética/conducta y política anticorrupción de la compañía se aplica explícitamente a todos los empleados y directores.	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Extensión de las políticas anticorrupción	0.14	El programa anticorrupción de la compañía se aplica a personas o entidades no controladas que proporcionan bienes o servicios bajo contrato (por ejemplo: contratistas, subcontratistas, proveedores).	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Existencia de capacitación de políticas anticorrupción	0.14	Tiene la compañía un programa de capacitación anticorrupción para sus empleados y directores.	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Existencia de canales de contacto sobre actos anticorrupción	0.14	Proporciona la compañía un canal a través del cual los empleados pueden informar presuntas violaciones de las políticas anticorrupción, y permite el canal un informe confidencial y / o anónimo (denuncia de irregularidades).	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Monitoreo políticas anticorrupción	0.14	La compañía lleva a cabo un monitoreo regular de su programa anticorrupción para revisar la idoneidad y efectividad del programa e implementar ajustes según corresponda.	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Declaración de prácticas anticompetitivas	0.14	La empresa declara su compromiso contra prácticas anticompetitivas como concertación de precios y dumping.	Global Reporting Initiative	Encuesta

Validado por

Nombre: Luis Henry Vara MarinDNI: 41891460Experto en: Lengua y LiteraturaFirma: [Firma manuscrita]Comentarios: Instrumento FOJNEC A NIVEL LINGÜÍSTICO PARA MEDIR LA TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN EL PERÚ.

Validación experto en banca comercial: Victor Antonio Glenny Alejos es Subgerente de Inteligencia de Negocios en Banco Ripley. Egresado del programa MBA Internacional en EADA España, con 12 años de experiencia en las áreas de Inteligencia Comercial, Riesgos y Cobranzas. Ha desarrollado estrategias orientadas a la gestión de clientes, políticas de origen y gestión de cartera así como elaboración e implementación de planes de administración de portafolio. Fue seleccionado para validar el modelo por su conocimiento de la industria donde se aplicó asegurando que los indicadores responden y son relevantes según las características del sector.

	Declaración de compromiso contra la corrupción	0.14	La compañía tiene un compromiso declarado públicamente con la lucha contra la corrupción.	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Revelación de código de ética/conducta	0.14	El código de ética/conducta y política anticorrupción de la compañía se aplica explícitamente a todos los empleados y directores.	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Extensión de las políticas anticorrupción	0.14	El programa anticorrupción de la compañía se aplica a personas o entidades no controladas que proporcionan bienes o servicios bajo contrato (por ejemplo: contratistas, subcontratistas, proveedores).	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
7	Políticas anticorrupción				
	Existencia de capacitación de políticas anticorrupción	0.14	Tiene la compañía un programa de capacitación anticorrupción para sus empleados y directores.	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Existencia de canales de contacto sobre actos anticorrupción	0.14	Proporciona la compañía un canal a través del cual los empleados pueden informar presuntas violaciones de las políticas anticorrupción, y permite el canal un informe confidencial y/o anónimo (denuncia de irregularidades).	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Monitoreo políticas anticorrupción	0.14	La compañía lleva a cabo un monitoreo regular de su programa anticorrupción para revisar la idoneidad y efectividad del programa o implementar mejoras según corresponda.	Transparencia de la Información Corporativa	Encuesta
	Declaración de prácticas anticompetitivas	0.14	La empresa declara su compromiso contra prácticas anticompetitivas como concertación de precios y dumping.	Global Reporting Initiative	Encuesta

Validado por

Nombre: VICTOR ANTONIO GLENNY ALEJOS

DNI:

41148114Experto en: Banca comercial

Firma:


 victor ANTONIO GLENNY ALEJOS
 Sub Gerente de Inteligencia de Negocios
 BANCO RIPLEY

Comentarios:

Se sugiere acotar ciertos indicadores en la dimensión de responsabilidad social.

Apéndice D: Informe de Conformidad para Sustentación

Por el presente documento el suscrito, en su calidad de asesor del Trabajo de Investigación Final-Tesis

1.- Manuel Antonio Bautista Fuentes	Código 20169603	Prog MBA CXI
2.- Rufino Rivelino Centeno Parian	Código 20169460	Prog MBA CXI
3.- Jose Miguel Perales Morales	Código 20169435	Prog MBA CXI
4.- Cynthia Radunovich Alonso	Código 20023161	Prog.MBA CXI

Quienes han elaborado el trabajo de tesis denominado “Modelo de Medición de Transparencia Corporativa: Aplicación Banca Comercial en Perú”, para obtener el grado de Magister otorgado por la Pontificia Universidad Católica del Perú, manifiesta que ha asesorado, revisado y calificado el Trabajo de Investigación Final-Tesis, encontrándolo:

() APTO y reúne los aspectos de:

() gramática y redacción

() forma según el *Manual de Estilo de Publicaciones de la APA* (APA, 2010) en su 6^a edición.

() APTO en los aspectos de fondo (incluidas las conclusiones y recomendaciones) del tema desarrollado.

() APTO. Los alumnos comprenden los conceptos utilizados en el diseño y la metodología de investigación empleada.

Todo conforme con lo especificado en la Guía de Trabajos de Investigación Final- Tesis de los Programas de Maestría de CENTRUM Católica, para ser sustentado ante el jurado designado por la institución.

Santiago de Surco, / /

Nombre y Firma del Asesor

Apéndice E: Declaración de Autenticidad y No Plagio

Por el presente documento, los alumnos de maestría:

- | | | |
|-------------------------------------|-----------------|--------------|
| 1.- Manuel Antonio Bautista Fuentes | Código 20169603 | Prog MBA CXI |
| 2.- Rufino Rivelino Centeno Parian | Código 20169460 | Prog MBA CXI |
| 3.- Jose Miguel Perales Morales | Código 20169435 | Prog MBA CXI |
| 4.- Cynthia Radunovich Alonso | Código 20023161 | Prog.MBA CXI |

Quienes hemos elaborado el Trabajo de Investigación Final-Tesis denominado “Modelo de Medición de Transparencia Corporativa: Aplicación Banca Comercial en Perú” para optar el grado de Magíster en Administración Estratégica de Empresas otorgado por la Pontificia Universidad Católica del Perú, declaramos que el presente Trabajo de Investigación Final-Tesis ha sido íntegramente elaborado por nosotros y que no existe plagio de ninguna naturaleza, en especial copia de otro Trabajo de Investigación Final-Tesis o similar presentado por cualquier persona ante cualquier instituto educativo.

Dejamos expresa constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo, por lo que no hemos asumido como nuestras las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos o de internet.

Asimismo, afirmamos que todos los miembros hemos leído el Trabajo de Investigación Final-Tesis en su totalidad y somos plenamente conscientes de todo su contenido. Todos asumimos la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento y somos conscientes que este compromiso de fidelidad tiene connotaciones éticas, pero también de carácter legal.

En caso de incumplimiento de esta declaración, nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Alumno 1: _____ Alumno 2: _____ Alumno 3: _____ Alumno 4: _____