

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



Divulgación de la Información Corporativa en el Sector Financiero

Peruano

TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER EN

ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

OTORGADO POR LA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

PRESENTADA POR

Eduardo Jhon Arrieta Aldave

Miguel Ángel Páuyac Martínez

Erick Edu Portuguese Nassi

Cesar Antonio Rivera Obando

Asesor: Luis Alfonso Del Carpio Castro

Santiago de Surco, Noviembre 2018

Agradecimientos

A Dios, por la gran oportunidad de desarrollar nuestros conocimientos. A nuestros familiares por su comprensión y constante apoyo. A nuestros docentes de CENTRUM Católica por su valioso aporte de conocimientos y experiencias. A nuestro asesor Luis Alfonso Del Carpio Castro por su gran dedicación y aporte en el desarrollo de la presente tesis. A nuestros compañeros de aula, con quienes compartimos experiencias únicas en el proceso de aprendizaje.



Dedicatorias

A mis queridos padres Juan De Dios y Luzmila por brindarme su aliento, paciencia y compañía en la realización de mis propósitos. A todos mis hermanos, por su apoyo incondicional.

Eduardo Arrieta

A mi esposa por su constante aliento, comprensión y apoyo incondicional, a mis padres y hermano por sus enseñanzas y apoyo permanente. A mis hijas Ximena y Micaela, quienes son el impulso para cumplir mis metas y seguir adelante.

Erick Portuguez

A mi madre Mercedes y a mi esposa Rebeca por su apoyo, paciencia y comprensión. A mis hijos Bruno y Gael que siempre han sido el motor de este emprendimiento.

Cesar Rivera

A mis padres y hermano por su respaldo incondicional y el apoyo que me brindaron para poder cumplir esta meta. A mis abuelos Celia y Lucho, quienes desde siempre me han motivado a seguir estudiando.

Miguel Páuyac

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo identificar las relaciones existentes entre el índice de divulgación de información corporativa a través de las páginas web de las entidades financieras peruanas listadas en la Bolsa de Valores de Lima y los factores o variables vinculadas a estas entidades que influyen en dicho índice de divulgación. Para ello, se realizó una investigación no experimental de alcance correlacional con enfoque cuantitativo y con un proceso de análisis transversal. Este estudio pretende brindar una primera contribución teórica y práctica para un sector importante de la economía nacional.

Para este estudio se seleccionaron 32 entidades financieras y se aplicó el instrumento de medición de divulgación corporativa propuesto por los profesores Xiao, Yang y Chow en el año 2004. Para la recolección de datos se utilizaron fuentes secundarias como las páginas web de las entidades financieras y de entidades regulatorias como la Superintendencia del Mercado de Valores, la Bolsa de Valores de Lima y la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. Como resultado de la investigación, se obtuvo para cada entidad un índice de divulgación de información corporativa y con ello un ranking de medición. Asimismo, sobre la base de estudios anteriores realizados en diferentes partes del mundo, se seleccionó un conjunto de siete factores o características de las entidades financieras peruanas. Luego, a través de un análisis de regresión multivariable, se encontró una relación positiva y significativa entre el índice de divulgación con el tamaño de la empresa y con la rentabilidad de sus activos. A su vez, se encontró una relación negativa y significativa con respecto al nivel de morosidad.

Abstract

The objective of this research work is to identify the relationships between the index of corporate information disclosure through the websites of Peruvian financial institutions listed on the Lima Stock Exchange and the factors or variables related to these institutions, which influence on that disclosure index. For this, a non-experimental investigation of correlational scope was carried out with a quantitative approach and with a transversal analysis process. This study aims to provide a first theoretical and practical contribution for an important sector of the national economy.

For this study, 32 financial institutions were selected and the measurement instrument of corporate disclosure proposed by professors Xiao, Yang and Chow in 2004 was applied. For the collection of data, secondary sources such as websites of financial institutions and regulatory entities such as the “Superintendencia de Mercado de Valores”, the “Bolsa de Valores de Lima” and the “Superintendencia de Banca, Seguros y AFP” were used. As a result of the investigation, an index of corporate information disclosure was obtained for each entity and with this, a ranking. In addition, based on previous studies conducted in different parts of the world, seven factors or characteristics of Peruvian financial institutions were selected. Then, through a multivariable regression analysis, a positive and significant relationship between the disclosure index with the size of the company and with the profitability of its assets was found. In turn, a negative and significant relationship was found with respect to delinquency rate.

Tabla de Contenidos

<u>Lista de Tablas</u>	v
<u>Lista de Figuras</u>	vi
<u>Capítulo I: Introducción</u>	1
<u>1.1 Antecedentes de la Investigación</u>	1
<u>1.2 Definición del Problema</u>	2
<u>1.3 Propósito de la Investigación</u>	4
<u>1.3.1 Objetivos de la Investigación</u>	4
<u>1.3.2 Preguntas de la Investigación</u>	6
<u>1.4 Naturaleza de la Investigación</u>	7
<u>1.5 Marco Conceptual</u>	7
<u>1.6 Hipótesis de la Investigación</u>	10
<u>1.7 Supuestos de la Investigación</u>	11
<u>1.8 Limitaciones de la Investigación</u>	11
<u>1.9 Delimitaciones de la Investigación</u>	12
<u>1.10 Resumen</u>	12
<u>Capítulo II: Revisión de la Literatura</u>	14
<u>2.1 Mapa de la Literatura</u>	14
<u>2.2 Información Corporativa</u>	14
<u>2.2.1 Historia</u>	14
<u>2.2.2 Importancia de la Información Corporativa</u>	16
<u>2.2.3 Características de la Información Corporativa</u>	17
<u>2.2.4 Divulgación de la Información Corporativa a través de Internet</u>	18
<u>2.2.5 Variables que afectan la decisión de divulgación de información corporativa</u>	19
<u>2.3 Sistema Financiero</u>	22

	7
<u>2.3.1 Definición</u>	22
<u>2.3.2 Regulación del Sistema Financiero Peruano</u>	27
<u>2.3.3 Clasificación del Sistema Financiero Peruano</u>	27
<u>2.3.4 Empresas del Sector Financiero Bancario y No Bancario</u>	29
<u>2.3.5 Normativa que regula el nivel de divulgación en el Sector Financiero</u>	29
<u>2.4 Conclusiones</u>	31
<u>Capítulo III: Metodología</u>	32
<u>3.1 Diseño de la Investigación</u>	32
<u>3.2 Conveniencia del diseño</u>	36
<u>3.3 Población y muestra</u>	36
<u>3.4 Consentimiento informado</u>	38
<u>3.5 Instrumento de Investigación</u>	38
<u>3.6 Recolección de Datos</u>	39
<u>3.7 Análisis de Datos</u>	39
<u>3.8 Validez y Confiabilidad</u>	40
<u>3.9 Resumen</u>	40
<u>Capítulo IV: Presentación de Resultados</u>	42
<u>4.1 Estadística Descriptiva</u>	42
<u>4.2 Análisis de Correlaciones y Regresión Multivariante</u>	50
<u>4.2.1 Prueba de Normalidad</u>	51
<u>4.2.2 Matriz de Correlación</u>	55
<u>4.2.3 Modelo de Regresión Lineal Múltiple</u>	58
<u>4.2.4 Evaluación de las Suposiciones de la Regresión Múltiple</u>	64
<u>4.3 Interpretación del Modelo de Regresión Multivariante</u>	71
<u>4.4 Resumen</u>	72

<u>Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones</u>	74
<u>5.1 Conclusiones</u>	74
<u>5.1.1 Contribuciones teóricas</u>	77
<u>5.1.2 Contribuciones prácticas</u>	78
<u>5.2 Recomendaciones</u>	78
<u>5.2.1 Recomendaciones para futuras investigaciones</u>	80
<u>Referencias</u>	81
<u>Apéndice A: Descripción de Variables de Contenido Financieras</u>	88
<u>Apéndice B: Descripción de Variables de Contenido No Financieras</u>	93
<u>Apéndice C: Descripción de Variables de Formato de Presentación</u>	95
<u>Apéndice D: Correos Electrónicos de Autorización de Uso del Instrumento de Medición de Xiao et al. (2004)</u>	98
<u>Apéndice E: Ranking de las Entidades Financieras según el Índice de Divulgación</u>	99
<u>Apéndice F: Puntuación del análisis de contenido de las Entidades Financieras</u>	100

Lista de Tablas

<u>Tabla 1 Cronología de los Informes Corporativos</u>	16
<u>Tabla 2 Resumen de variables que afectan la decisión de divulgación de información corporativa</u>	23
<u>Tabla 3 Listado de entidades del Sector Financiero Peruano Bancario y No Bancario</u>	30
<u>Tabla 4 Variables Dependientes</u>	34
<u>Tabla 5 Relación de variables independientes consideradas en el instrumento de medición</u>	35
<u>Tabla 6 Lista de entidades financieras que conformaron la muestra</u>	37
<u>Tabla 7 Resultados Descriptivos de las Variables de Divulgación</u>	43
<u>Tabla 8 Ranking de entidades financieras – Primer cuartil</u>	50

<u>Tabla 9 Pruebas de normalidad</u>	51
<u>Tabla 10 Matriz de correlación de Pearson</u>	57
<u>Tabla 11 Variables de entrada y eliminadas – Método por pasos</u>	58
<u>Tabla 12 Resultados del Modelo de Regresión por Pasos</u>	59
<u>Tabla 13 Tabla ANOVA del Modelo de Regresión por Pasos</u>	60
<u>Tabla 14 Descripción de los Coeficientes de Regresión Múltiple</u>	62
<u>Tabla 15 Variables Excluidas del Modelo de Regresión</u>	63
<u>Tabla 16 Prueba de Normalidad de los Residuos</u>	66
<u>Tabla 17 Resultados del Modelo de Regresión Múltiple (Estadísticas de Colinealidad)</u>	69
<u>Tabla 18 Resultados del Modelo de Regresión por Pasos (Estadístico Durbin-Watson)</u>	70
Lista de Figuras	
<u>Figura 1. Proceso propuesto para el trabajo de investigación.</u>	10
<u>Figura 2. Mapa de Literatura.</u>	15
<u>Figura 3. Clasificación del Sistema Financiero Peruano</u>	28
<u>Figura 4. Resultados de las variables financieras.</u>	45
<u>Figura 5. Resultados de Variables No Financieras</u>	47
<u>Figura 6. Resultados de Variables de Formato de Presentación</u>	49
<u>Figura 7. Prueba de Normalidad - TOTALSCORE</u>	52
<u>Figura 8. Prueba de Normalidad - ROA</u>	52
<u>Figura 9. Prueba de Normalidad - SIZE</u>	53
<u>Figura 10. Prueba de Normalidad - LEVERAGE</u>	53
<u>Figura 11. Prueba de Normalidad - INDEPDIR</u>	54
<u>Figura 12. Prueba de Normalidad - MOROSIDAD</u>	54
<u>Figura 13. Diagrama de Correlación-Dispersión</u>	56

[Figura 14. Gráfico de Regresión Parcial para TOTALSCORE - SIZE](#)

65

[Figura 15. Gráfico de Regresión Parcial para TOTALSCORE-ROA](#)

65

[Figura 16. Histograma de Residuos Estandarizados](#)

66

[Figura 17. Gráfico de Probabilidad Normal Acumulada](#)

67

[Figura 18. Diagrama de Dispersión de Residuos](#)

67



Capítulo I: Introducción

1.1 Antecedentes de la Investigación

La ocurrencia de sonados escándalos financieros de grandes empresas de Estados Unidos y Europa a inicios de la década del 2000 y posteriormente de bancos como Lehman Brothers en la reciente crisis financiera mundial del 2008, impactaron la confianza en el manejo de las corporaciones a nivel mundial, situando bajo sospecha la transparencia en la información divulgada y la actuación en cómo estaban siendo dirigidas las empresas. A consecuencia de ello, se presentaron innumerables estudios relacionados al desarrollo y aplicación del buen gobierno corporativo en las empresas (López - Quesada, 2013). Es así que, los conceptos de transparencia y de divulgación de información, como su contribución en la práctica de un buen gobierno corporativo, han cobrado cada vez mayor relevancia en la administración de negocios, permitiendo a los investigadores alrededor del mundo a continuar realizando trabajos de investigación relacionados a la medición de la transparencia, índices de divulgación de información corporativa en las diferentes industrias y a la identificación de factores o características de las empresas que puedan afectar el grado de divulgación.

En el año 2004, los profesores Jason Zezhong Xiao, He Yang y Chee W. Chow, publicaron el trabajo de investigación titulado *“The determinants and characteristics of voluntary Internet-based disclosures by listed Chinese companies”*. Este documento propuso un instrumento de medición para calcular un índice de divulgación de información corporativa a través de páginas web. En base a sus resultados, analizaron los factores detrás de la divulgación voluntaria de información corporativa por parte de las compañías chinas listadas en la Bolsa de Valores de China-Shangahi y Shenzhen. Este aporte contribuyó al estudio de la transparencia corporativa, dado que propuso un modelo que ha servido como instrumento de medición y que, posteriormente, autores de diferentes países del mundo lo han

empleado para la determinación del grado de divulgación en sus respectivas realidades corporativas. Xiao et al. (2004) indicaron que la gestión de divulgar información financiera y corporativa en general es crítica para el funcionamiento del mercado de capitales, facilitando la reducción de la incertidumbre en las decisiones de inversión, permitiendo una eficiente asignación de los recursos e incrementando la transparencia de asuntos corporativos para los inversionistas y otros *stakeholders*.

En el año 2008, la Bolsa de Valores de Lima (BVL) y la consultora Ernst & Young (EY) implementaron el índice S&P/BVL de Buen Gobierno Corporativo (IBGC) calificando voluntariamente a las empresas peruanas de todos sectores corporativos listadas en la BVL. Dicho índice busca reflejar el esfuerzo de cada empresa en la aplicación de las buenas prácticas de gobierno corporativo (Bolsa de Valores de Lima, 2016). Sin embargo, no se han realizado estudios referidos al grado de divulgación de información corporativa en las entidades peruanas, particularmente en el sector financiero.

1.2 Definición del Problema

Las entidades del sector financiero cumplen un rol crucial en el desarrollo económico del país (Lizarzaburu & del Brio, 2016), por lo que el fortalecimiento de la relación de confianza con sus grupos de interés es clave para el fomento de dicho rol. En efecto, la información estratégica de las entidades financieras es considerada como punto de referencia en la diferenciación entre una entidad a otra; asimismo, es útil para los procesos de evaluación y decisión por parte de los *stakeholders*, llámense inversionistas, entidades de crédito, accionistas, etc. (Rodríguez, Gallego & García, 2010). Con respecto al canal de divulgación, han ocurrido cambios relacionados tanto al contenido como a la forma de presentación: la utilización de informes o memorias anuales impresas de las entidades pasaron a ser divulgadas a través de sus páginas web corporativas (Barktus, Glassman & Mcaffé, 2002). Esta adopción de divulgación resultó ser bastante aceptada por estas

entidades, las cuales motivaron a los entes reguladores a determinar procesos de normalización con el propósito de estandarizar los contenidos y formatos utilizados con la finalidad de que esta información divulgada tenga relevancia comparativa (Rodríguez, et al., 2010). En el caso peruano, se cuenta con la Resolución SMV N°020-2016-SMV/01 “Norma para la Difusión de Información al Mercado de Valores a través de la página web corporativa de las Sociedades Emisoras”.

Por otro lado, estudios anteriores relacionados al tema de divulgación corporativa, en función a la realidad empírica, han evidenciado a diversas variables o características de la empresa como factores influyentes en el comportamiento del grado de divulgación de las entidades financieras (Rodríguez, et al., 2010). Por ejemplo, se menciona que el tamaño de la empresa (Özsözgün & Güler, 2014; Martson & Polei, 2004; Pirchegger & Wagenhofer, 1999; Xiao et al., 2004; Alonso, 2009; Gandía & Pérez, 2005; Gandía, 2008; Haro, y Alarcón & Pérez, 2012), la rentabilidad de la empresa (Inchausti, 1997; Xiao, et al., 2004), la proporción de directores independientes en sus juntas (Fama & Jensen, 1983; Xiao et al., 2004), las empresas que utilizaron como auditoría a firmas internacionales que pertenecen a la clasificación *Big-Four* (Desai, Xu & Zeng, 2016; Bonsón & Escobar, 2004), el nivel de apalancamiento financiero de la empresa (Debreceeny, 2002; Ismail, 2002), el nivel de morosidad de la empresa (Aguilar, Camargo & Morales, 2004) y las empresas que se encuentran dentro del índice de Buen Gobierno Corporativo (Özsözgün & Güler, 2014) son factores que posiblemente influyan en dicho grado de divulgación.

En este sentido, dada la importancia de los estudios relacionados al grado de divulgación que permite a estas empresas acceder a mercados más competitivos, es importante que las entidades del sector financiero listadas en la BVL se encuentren alineadas a dicho entorno y reconozcan qué factores de su marco corporativo podrían afectar el hecho

de divulgar mayor información como acción de transparencia corporativa; sin embargo, no existen estudios previos relacionados.

Por lo tanto, el presente trabajo es una primera aproximación de investigación en el país sobre este tema, buscando responder las siguientes preguntas: (a) ¿cuál es el grado de divulgación de información corporativa a través de las páginas web de las entidades del sector financiero peruano listadas en la Bolsa de Valores de Lima? y (b) ¿cuáles serían los factores que han influido en el grado de divulgación de información corporativa en las entidades que pertenecen al sector financiero peruano listadas en la Bolsa de Valores de Lima?

1.3 Propósito de la Investigación

1.3.1 Objetivos de la Investigación

El objetivo del presente trabajo de investigación es identificar las relaciones existentes entre el índice de divulgación de información corporativa a través de las páginas web de las entidades financieras peruanas listadas en la Bolsa de Valores de Lima y los factores o variables vinculadas a estas entidades que influyen en dicho índice de divulgación.

Los objetivos específicos son los siguientes:

1. Determinar el índice de divulgación de información corporativas a través de páginas web aplicando el instrumento de medición propuestos por Xiao et al. (2004) en una muestra de empresas que pertenecen al sector financiero peruano listadas en la BVL.
2. Describir la posible relación entre el grado de divulgación de información corporativa a través de páginas web por parte de las entidades del sector financiero listadas en la BVL con la proporción de directores independientes en sus juntas.

3. Describir la posible relación entre el grado de divulgación de información corporativa a través de páginas web por parte de las entidades del sector financiero listadas en la BVL con la utilización de las firmas de auditoría internacionales que pertenecen a la clasificación *Big-Four*.
4. Describir la posible relación entre el grado de divulgación de información corporativa a través de páginas web por parte de las entidades del sector financiero listadas en la BVL con el tamaño de la empresa, medido a través de su capitalización bursátil.
5. Describir la posible relación entre el grado de divulgación de información corporativa a través de páginas web por parte de las entidades del sector financiero listadas en la BVL con la rentabilidad de la empresa, medido a través de su indicador de rentabilidad sobre activos (ROA).
6. Describir la posible relación entre el grado de divulgación de información corporativa a través de páginas web por parte de las entidades del sector financiero listadas en la BVL con el nivel de apalancamiento financiero de la empresa, obtenido a través de sus estados financieros.
7. Describir la posible relación entre el grado de divulgación de información corporativa a través de páginas web por parte de las entidades del sector financiero listadas en la BVL con el nivel de morosidad de la empresa, obtenido a través de los reportes de morosidad de la SBS.
8. Describir la posible relación entre el grado de divulgación de información corporativa a través de páginas web por parte de las entidades del sector financiero listadas en la BVL con las empresas que se encuentran dentro del IBGC.

1.3.2 Preguntas de la Investigación

Para el desarrollo del trabajo de investigación y alineado con los propósitos del estudio se han formulado las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es el grado de divulgación de información corporativa a través de las páginas web de las entidades del sector financiero peruano listadas en la BVL?
2. ¿Cuál es la posible relación entre el grado de divulgación de información corporativa de las entidades del sector financiero peruano listadas en la BVL con la proporción de directores independientes en la empresa?
3. ¿Cuál es la posible relación entre el grado de divulgación de información corporativa de las entidades del sector financiero peruano listadas en la BVL con la utilización de las firmas de auditoría internacionales que pertenecen a la clasificación *Big-Four*?
4. ¿Cuál es la posible relación entre el grado de divulgación de información corporativa de las entidades del sector financiero peruano listadas en la BVL con el tamaño de la empresa?
5. ¿Cuál es la posible relación entre el grado de divulgación de información corporativa de las entidades del sector financiero peruano listadas en la BVL con la rentabilidad de la empresa?
6. ¿Cuál es la posible relación entre el grado de divulgación de información corporativa de las entidades del sector financiero peruano listadas en la BVL con el nivel de apalancamiento financiero de la empresa?
7. ¿Cuál es la posible relación entre el grado de divulgación de información corporativa de las entidades del sector financiero peruano listadas en la BVL con el nivel de morosidad de la empresa?

8. ¿Cuál es la posible relación entre el grado de divulgación de información corporativa de las entidades del sector financiero peruano listadas en la BVL con las empresas que se encuentran dentro del IBGC?

1.4 Naturaleza de la Investigación

La presente investigación propone un enfoque de tipo cuantitativo y se fundamentará en un diseño no experimental transversal de alcance correlacional. Se definió el enfoque cuantitativo porque la metodología presenta procesos secuenciales y probatorios. El instrumento de medición propuestos por Xiao et al. (2004) para calcular el índice de divulgación de información corporativa consta de 82 variables dicotómicas que toman los valores de 0 y 1. Estos valores son los insumos para plantear cinco variables dependientes, una de ellas nos permite medir el índice de divulgación mencionado.

Asimismo, la investigación tiene un alcance correlacional porque se definieron siete variables independientes correspondientes a características o factores que posiblemente inciden en el grado de divulgación de información corporativa a través de páginas web. Por otro lado, la investigación tiene un diseño no experimental transeccional porque la información recopilada para el análisis corresponde a un periodo de tiempo específico, esto es entre septiembre y octubre del 2018. En dicho lapso se recopiló la información divulgada por las empresas financieras a través de sus páginas web corporativas.

1.5 Marco Conceptual

El presente trabajo de investigación utilizó el modelo planteado por Xiao et al. (2004) para calcular el índice de divulgación corporativa a través de páginas web de las entidades financieras peruanas listadas en la BVL. También se tomaron como referencia para este cálculo las investigaciones de autores de distintos países que estudiaron a las empresas de diferentes sectores corporativos. En efecto, una definición adecuada para la divulgación corporativa es la que sigue:

La divulgación voluntaria de información estratégica es una práctica empresarial cada vez más común debido a los beneficios derivados de ella, entre los que se puede citar la diferenciación de la compañía, el efecto en la valoración de la empresa por parte de profesionales financieros, etc. (Rodríguez et al., 2010, p. 21)

En este sentido, varios estudios se han orientado a conocer qué tanto están divulgando las empresas. Por ejemplo, tenemos el trabajo de Özsözgün y Güler (2014), quienes estudiaron los posibles factores que pueden afectar el grado de divulgación de informes corporativos por Internet de las empresas turcas incluidas en el índice BIST-100 y hallaron que el índice de gobierno corporativo y el apalancamiento afectan las prácticas de divulgación de informes corporativos de las empresas en Internet.

Alonso (2009) creó, a partir de la teoría de la agencia y de la confianza, un índice que mida la transparencia para la confianza que las empresas están transmitiendo a través de internet, y confirma que las empresas que desarrollan un adecuado modelo de gobierno electrónico, proporcionan más transparencia al mercado y a los terceros interesados que aquellas que no lo hacen. Bonsón y Escobar (2006) intentaron empíricamente identificar las variables que podrían tener alguna influencia sobre la cantidad de información divulgada en los países que se habían unido recientemente a la Unión Europea o que estaban en proceso de unirse. Los resultados mostraron que el tamaño de la empresa, la actividad de la empresa en el sector financiero, y el hecho de contratar a una de las cuatro grandes firmas contables del mundo para auditar los libros de la compañía muestran una relación estadísticamente significativa con el grado de divulgación de información en Internet.

Por otro lado, el estudio propuesto por Xiao et al. (2004) analizaron los factores determinantes y características de la divulgación voluntaria de información financiera a través de internet de 300 empresas chinas que cotizaban en la Bolsa de Valores de China-Shangahi y Shenzhen.

En la Figura 1 se puede observar el proceso del trabajo de la presente investigación, el cual tiene como propósito identificar las relaciones existentes entre el índice de divulgación de información corporativa a través de las páginas web de las entidades financieras peruanas listadas en la BVL y los factores vinculados a estas entidades que influyen en dicho índice de divulgación. En primer lugar, se definió el alcance o foco del estudio, relacionado a la muestra de entidades financieras con páginas web corporativas y listadas en la BVL. Seguidamente, se aplicó el instrumento de medición propuesto por Xiao et al. (2004) mediante el análisis de contenido (Nevado, Gallardo & Sánchez, 2016) de las páginas web corporativa de la muestra de entidades financieras peruanas a fin de calcular el índice de divulgación.

Como parte de la investigación de la literatura existente, se procedió a nombrar a las variables o características de las entidades financieras peruanas que podrían influir en el grado de divulgación. Una vez seleccionados estas variables se procedió a calcular los ratios de estos indicadores mediante información publicada tanto en sus páginas web corporativos como en los portales de la SMV, BVL o SBS. Esta información fue trasladado a una base de datos donde por intermedio de análisis estadístico relacionado a pruebas de normalidad, análisis de correlaciones y regresiones multivariable y comprobación mediante suposiciones de regresión multivariable, se presentó un modelo de regresión lineal múltiple que explica cuáles eran los factores que influyen en el comportamiento del índice de divulgación y con ello identificar las relaciones existentes.

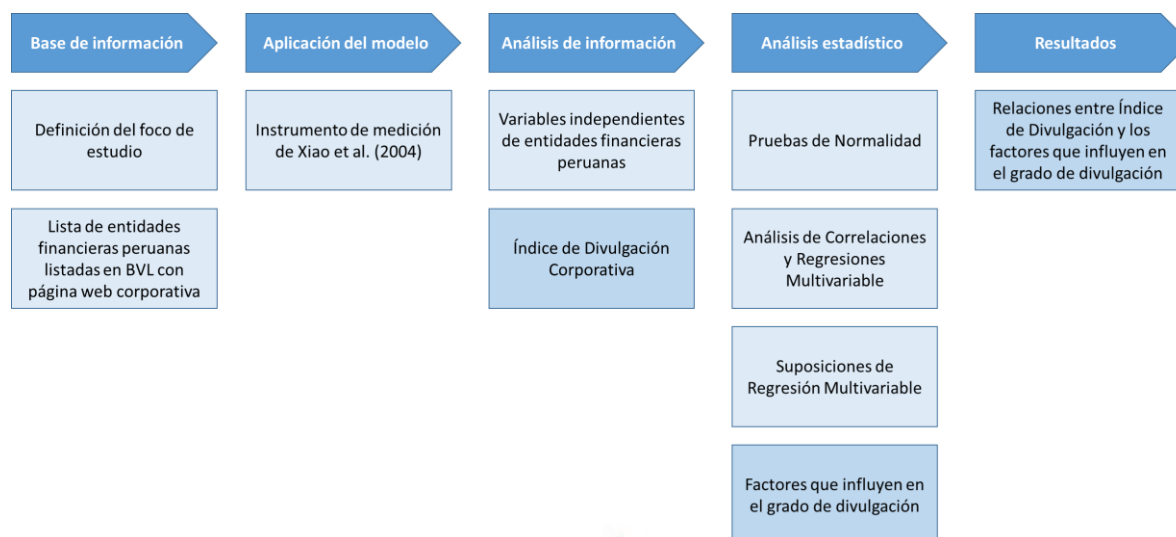


Figura 1. Proceso propuesto para el trabajo de investigación.

1.6 Hipótesis de la Investigación

La presente investigación establece las siguientes hipótesis en relación con diversos factores que pueden influir en el grado de divulgación de información corporativa y que posteriormente serán objeto de contrastación en el estudio empírico. Bajo este enfoque, se presentan las siguientes:

- H1: Existe una relación positiva y significativa entre el grado de divulgación de información corporativa a través de páginas web por parte de las entidades del sector financiero peruano listadas en la BVL y la proporción de directores independientes en sus juntas.
- H2: Existe una relación positiva y significativa entre el grado de divulgación de información corporativa a través de páginas web por parte de las entidades del sector financiero peruano listadas en la BVL y la utilización de firmas de auditoría internacionales que pertenecen a la clasificación *Big-Four*.
- H3: Existe una relación positiva y significativa entre el grado de divulgación de información corporativa a través de páginas web por parte de las entidades del sector financiero listadas en la BVL y el tamaño de la empresa, medido a través de su capitalización bursátil.

- H4: Existe una relación positiva y significativa entre el grado de divulgación de información corporativa a través de páginas web por parte de las entidades del sector financiero listadas en la BVL con el nivel de rentabilidad de la empresa, medido a través de su indicador de rentabilidad sobre activos (ROA).
- H5: Existe una relación positiva y significativa entre el grado de divulgación de información corporativa a través de páginas web por parte de las entidades del sector financiero listadas en la BVL con el nivel de apalancamiento financiero de la empresa, obtenido a través de sus estados financieros.
- H6: Existe una relación positiva y significativa entre el grado de divulgación de información corporativa a través de páginas web por parte de las entidades del sector financiero listadas en la BVL y el nivel de morosidad de la empresa, obtenido a través de los reportes de morosidad de la SBS.
- H7: Existe una relación positiva y significativa entre el grado de divulgación de información corporativa a través de páginas web por parte de las entidades del sector financiero listadas en la BVL y las empresas que se encuentran dentro del IBGC.

1.7 Supuestos de la Investigación

La presente investigación considera que la información corporativa mostrada en las páginas web de las entidades del sector financiero peruano, de la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV), de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) y de la Bolsa de Valores de Lima (BVL) es verídica; por lo tanto, no ha sido objeto de cuestionamiento por parte de los autores del trabajo de investigación.

1.8 Limitaciones de la Investigación

Las limitaciones encontradas en el presente trabajo son: (a) la investigación está basada en fuentes secundarias, es decir, información divulgada a través de las páginas web

corporativas de las entidades del sector financiero peruano listadas en la BVL, así como la información disponible de estas empresas en las páginas web de la SMV y de la BVL; y (b) la no existencia de estudios previos sobre los factores influyentes en el grado de divulgación de información corporativa a través de páginas web de entidades del sector financiero peruano listadas en la BVL.

1.9 Delimitaciones de la Investigación

El presente trabajo es un primer modelo de investigación en el país sobre el tema tratado. En este sentido, se presentaron las siguientes delimitaciones: (a) se aplicó una metodología de análisis transeccional o transversal, debido a que realiza su recolección de datos entre los meses de septiembre y octubre del 2018; (b) Asimismo, la muestra de la investigación se realizó sobre 32 entidades del sector financiero suscritos a la BVL y que además, cuentan con página web. En efecto, se obtuvieron observaciones sobre 16 entidades de Banca Múltiple, diez entidades Financieras, dos Cajas Municipales, una Caja Rural de ahorro y crédito, y tres entidades de Desarrollo de la Pequeña y Microempresa. (c) Estas empresas presentan periódicamente su información financiera a la SMV y se excluyó del análisis otras entidades del sector financiero que no estén suscritos a la BVL. Es pertinente mencionar que son 57 entidades del sector financiero peruano, de las cuales 33 listan en la BVL pero solo 32 cuentan además con página web corporativa.

1.10 Resumen

A pesar de la relevancia que tiene el sector financiero peruano como parte crucial en la economía del país y la importancia del fortalecimiento de la relación de confianza con sus *stakeholders* mediante la divulgación de información corporativa, actualmente no se cuenta con un modelo que mida el grado de dicha divulgación que fomente esta confianza. Es por ello que, el presente trabajo de investigación tiene como propósito identificar las relaciones existentes entre el índice de divulgación de información corporativa a través de las páginas

web de las entidades financieras peruanas listadas en la BVL y los factores o variables vinculadas a estas entidades que influyen en dicho índice de divulgación. En la literatura relacionada a estos temas se han encontrado diversos estudios de empresas de diferentes rubros y de alcance global, sin embargo, no se encontraron estudios de grados de divulgación corporativa en la realidad peruana. Por tanto, para la realización de esta investigación, se consideró emplear el modelo desarrollado por Xiao et al. (2004). Asimismo, se plantearon las preguntas de la investigación y su diseño bajo un enfoque cuantitativo no experimental transversal y de alcance correlacional.

El presente trabajo de investigación ha considerado plantear siete hipótesis relacionados a la existencia de una relación positiva y significativa entre el grado de divulgación de información corporativa a través de páginas web por parte de las entidades del sector financiero peruano listadas en la BVL y (a) la proporción de directores independientes en sus juntas, (b) la utilización de firmas de auditoría internacionales que pertenecen a la clasificación *Big-Four*, (c) el tamaño de la empresa, (d) el nivel de rentabilidad, (e) el nivel de apalancamiento financiero, (f) el nivel de morosidad, y (g) el que se encuentre la entidad financiera dentro del IBGC. Para la recolección de datos se utilizaron fuentes secundarias como las páginas web de las entidades financieras y de entidades regulatorias como la Superintendencia del Mercado de Valores, la Bolsa de Valores de Lima y la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

Capítulo II: Revisión de la Literatura

2.1 Mapa de la Literatura

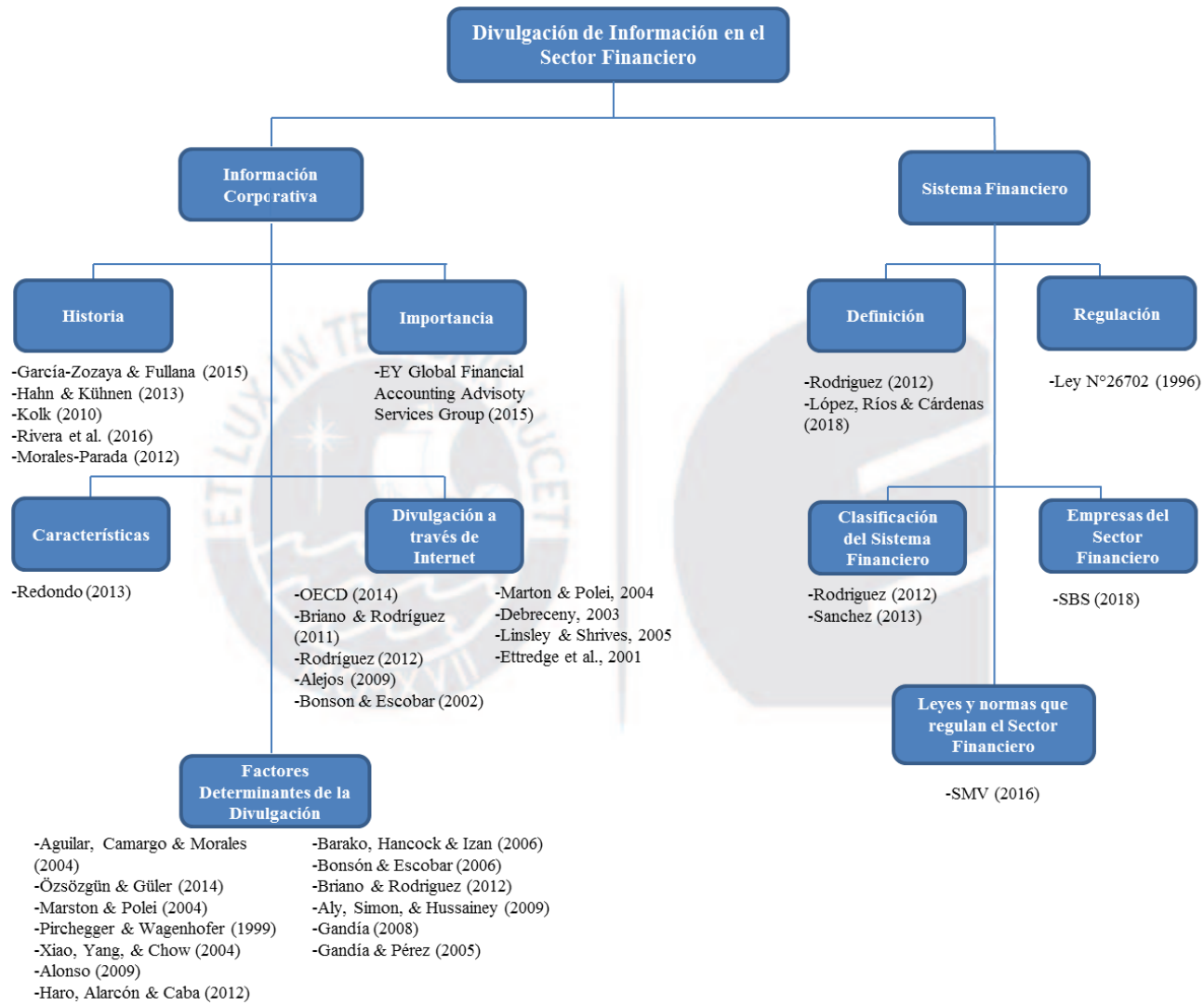
En la Figura 2 se muestra la revisión de la literatura sobre el tema de investigación, el cual fue realizado a través del método de índices para permitir identificar los temas generales y específicos.

2.2 Información Corporativa

2.2.1 Historia

La información corporativa que las empresas han difundido con el transcurso de los años ha sufrido cambios considerables. Desde mediados del siglo XIX las empresas han intentado brindar información de sus gestiones a las partes interesadas de su entorno corporativo (García-Zozaya & Fullana, 2015). En aquel entonces, esta información era transmitida a partir de reportes corporativos donde básicamente se informaba respecto al entorno financiero de la compañía, y no se daba relevancia a variables no financieras. La Tabla 1 muestra la evolución en la cual se evidencia que la transformación en los tipos de formato y contenido informativo ha estado evolucionando, desde las iniciativas de informes con contenido exclusivamente financieros, agregándose luego divulgaciones de información no financiera hasta llegar a lo que hoy se le denomina “información integrada”, que incluye la concentración de toda la información de la organización en un solo documento enfocado desde una perspectiva de sostenibilidad y de difusión sobre la creación de valor por parte de la empresa (Hahn y Kühnen, 2013; Kolk, 2010; Rivera et al., 2016).

Figura 2. Mapa



de Literatura.

Tabla 1

Cronología de los Informes Corporativos

Cronología	Tipos de Informe	Dimensiones incluidas en el contenido de los informes
Antes de los años 70	Informes con contenido financiero	Dimensión exclusivamente financiera
Década de los años 70 y 80	Informes aislados de información financiera Informes aislados de información social o ambiental	Una información financiera aislada de la información social y ambiental Una dimensión de sostenibilidad (social o ambiental)
Década de los 90	Informes aislados de información financiera Informes especializados en sostenibilidad que conjugan información social y ambiental	Dimensión financiera Dos dimensiones de sostenibilidad de ganancia: ecológica y social
Década del 2000	Algunas iniciativas de combinar información de sostenibilidad e información financiera bajo el informe anual	Recuperación de la importancia de la dimensión financiera de los informes y auge de la información con contenido no financiero
Tendencia actual	Un único informe integrado (visión holística de la organización)	Tres dimensiones de sostenibilidad (financiera, ecológica y social en equilibrio)

Tomado de Rivera, Zorio-Grima & García-Benau (2016). EL concepto de informe integrado como innovación en *reporting* corporativo.

Con la aparición del internet y su masificación en el ambiente empresarial, el objetivo de las empresas en un primer momento fue dar a conocer a sus potenciales consumidores información relativa a sus productos y servicios con la finalidad de lograr un mayor alcance comercial; sin embargo con el transcurrir del tiempo las organizaciones han tomado conciencia de la capacidad que tiene esta herramienta para mejorar la relación con sus inversionistas (Morales-Parada, 2012). En efecto, hoy en día se utiliza esta herramienta para mostrar las bondades comerciales de sus productos y servicios, y también es una vitrina que puede permitir a las partes interesadas conocer más del negocio y con el consecuente potencial de atraer nuevos proveedores e inversionistas.

2.2.2 Importancia de la Información Corporativa

En actual contexto, en el que muchas organizaciones han perdido credibilidad de cara a los *stakeholders*, la información corporativa es fundamental para contrarrestar este

escenario adverso, debido a que permite transparentar las acciones de la compañía. En su investigación, el EY *Global Financial Accounting Advisory Services Group* (2015), evidenció que las organizaciones necesitan construir relaciones sólidas y de mucha confianza con sus principales grupos de interés, entendiendo sus necesidades y priorizando la calidad de la información sobre la cantidad de la misma. En efecto, la importancia de la información no radica en la cantidad que se puede presentar sino en la calidad de la misma, que muestre información relevante y actualizada, además de presentarse de una manera clara y organizada a fin de propiciar una fácil lectura y entendimiento por parte de las personas interesadas.

2.2.3 Características de la Información Corporativa

Cuando se menciona información corporativa en las empresas generalmente se le relaciona a su información financiera; sin embargo, Redondo (2013) mencionó que esta información también debe poner de manifiesto el contexto económico, social, medioambiental y de gobierno que se desarrolla la empresa, ayudando a mejorar el entendimiento que los grupos de interés, en especial los inversores de las compañías. Asimismo, también mencionó que una información corporativa eficaz debe contar con ciertas características importantes: (a) facilitar el entendimiento de los mercados e inversores sobre las actividades y los resultados de la empresa, (b) ofrecer una visión a mediano y largo plazo de la estrategia de la empresa que puede mejorar la valoración que los inversores tienen sobre la misma, sin caer en detalles que puedan perjudicar su competitividad y (c) mejorar la reputación de la empresa ante una sociedad cada vez más exigentes en términos de responsabilidad corporativa y desarrollo ético de los negocios. Así pues, la información que las compañías muestran debe permitir un entendimiento fácil y claro de las actividades que realiza la empresa y su desempeño financiero, una visión a mediano y largo plazo sobre qué es lo que la empresa desea ser en el futuro y cómo espera evolucionar, y finalmente

evidenciar actividades concretas en términos de buen gobierno corporativo y responsabilidad social empresarial para estar acorde a las nuevas exigencias del contexto empresarial.

2.2.4 Divulgación de la Información Corporativa a través de Internet

Según los principios de Gobierno Corporativo definidos por el Organismo para el Desarrollo y la Cooperación Económica (OECD, 2014), los canales o medios de divulgación de información son igual de importantes que el contenido de la información propiamente, y deben proveer un acceso económico, a tiempo e igualitario para los usuarios.

Siguiendo estas premisas, el Internet ha demostrado ser una herramienta muy poderosa y efectiva para la divulgación voluntaria de información de las empresas, y es considerada como “un medio efectivo para la diseminación de información corporativa por parte de las grandes empresas” (Briano & Rodríguez, 2011, p.3), permitiendo cumplir de una forma flexible y eficiente con la necesidades de información de los stakeholders (Rodríguez, 2012).

Por otro lado, el crecimiento exponencial del número de usuarios, las mejoras en la velocidad de navegación, la seguridad de los accesos y los bajos costos de la tecnología han permitido que tanto las empresas como las partes interesadas converjan en este medio (Alejos, 2009; Bonsón y Escobar, 2002). Es así que la práctica de la divulgación financiera y no financiera a través de internet se ha convertido en una actuación común y necesaria para muchas empresas tanto globales como locales (Marton & Polei, 2004; Debreceny, 2003).

Con la finalidad de aprovechar la capacidad máxima de esta herramienta, las empresas deben contar con una política de transparencia y divulgación financiera que proteja a sus inversores y en el caso de las empresas del sector financiero se espera que dentro de las prácticas de buen gobierno corporativo se divulgue al mercado información relevante respecto a riesgo bancario (Linsley & Shrives, 2005).

La divulgación de información que las empresas realizan a través de internet ha sufrido un interés creciente en países occidentales (Ettredge et al., 2001), sin embargo en el Perú no existen investigaciones realizadas en este ámbito.

2.2.5 Variables que afectan la decisión de divulgación de información corporativa

El presente trabajo de investigación ha realizado una revisión de estudios de otros países respecto a las variables que afectan a los diversos índices de divulgación de información corporativa, según se muestra en la Tabla 2. De dicho resumen se desprenden ciertas variables que fueron utilizados en los estudios previos, las cuales se considerarán para el presente estudio. Adicionalmente a estas variables, se ha visto por conveniente incluir la variable MOROSIDAD considerando la importancia que tiene en el sistema financiero.

2.2.5.1 Tamaño de la empresa (SIZE).

El tamaño de la empresa es considerado debido a que las empresas con mayor envergadura son susceptibles a una mayor revisión por parte del público y de los entes regulatorios (Watts & Zimmerman, 1986). Por otro lado, según Jaggi & Low (2000), las grandes empresas requieren divulgar mayor información porque cuentan con un mayor número de stakeholders que demandan mayor información de la compañía. Por ende, este tipo de empresas deben cuidar la cantidad y calidad de información que publican para evitar contingencias. De los diversos estudios realizados donde se incluyó esta variable, Özsözgün & Güler, 2014; Martson & Polei, 2004; Pirchegger & Wagenhofer, 1999; Xiao et al., 2004; Alonso, 2009; Gandía & Pérez, 2005; Gandía, 2008; Haro, y Alarcón & Pérez, 2012, encontraron un nivel de significancia entre el tamaño de la empresa y el nivel de divulgación de información de empresas en distintos países y contextos.

2.2.5.2 Índice de Buen Gobierno Corporativo de la BVL (GOBCORP).

El Índice de Buen Gobierno Corporativo (IBGC) de la Bolsa de Valores de Lima (BVL), surge en el año 2002 como una manera de administrar y controlar a las empresas hacia un comportamiento responsable para con sus accionistas y sus grupos de interés. A su vez, su importancia radica en que permite al sistema financiero tener mercados confiables y eficientes. El IBGC se basa en “principios de transparencia, confianza, equidad, responsabilidad social, fluidez e integridad de la información que permitirán atraer y retener capital financiero y humano, funcionar en forma eficiente, y de esta forma, crear valor económico para la corporación y sus accionistas”, (“Sobre el índice de buen gobierno corporativo”, s.f., párr. 3). En el contexto internacional, Uyar (2012) encontró una relación positiva y significativa entre el índice de Gobierno Corporativo y el nivel de divulgación de información de las compañías turcas listadas en el *Istanbul Stock Exchange*. Por su parte, Özsözgün & Güler (2014), también encontraron una relación significativa el índice de gobierno corporativo y el nivel de divulgación de las empresas turcas listadas en la bolsa de valores.

2.2.5.3 Rentabilidad de los activos (ROA).

La rentabilidad de los activos (ROA) fue considerada dentro del análisis de las variables debido a que las empresas con mayores márgenes de rentabilidad tienden a hacer uso de la información para obtener ventajas competitivas, mientras que las empresas con rentabilidades inferiores tienden a divulgar menor información (Inchausti, 1997). De acuerdo con los estudios preliminares, la investigación realizada por Xiao, et al (2004), encontró un grado de significancia entre la variable de rentabilidad ROA y el índice de divulgación de información propuesto en su modelo de estudio.

2.2.5.4 Nivel de endeudamiento financiero (LEVERAGE).

El nivel de endeudamiento de la compañía es materia del estudio porque de acuerdo con Debreceny (2002), la relación deuda/capital genera costos de agencia, es así que si la

gerencia decide revelar mayor información, sus acreedores pueden monitorear constantemente el endeudamiento de la empresa y así evaluar la capacidad de la empresa en pagar a tiempo sus obligaciones. Asimismo, según Ismail (2002), la divulgación de información a través de internet podría generar costos adicionales para las empresas, sin embargo la información disponible estará más actualizada y por lo tanto reduciría los costos de agencia de los acreedores. El estudio efectuado por Xiao et al (2004), encontró un grado de significancia entre la variable ROA y el índice de divulgación voluntaria en internet.

2.2.5.5 Proporción de directores independientes (INDEPDIR).

De acuerdo con Fama & Jensen (1983), los miembros independientes de la juntas directivas tienen incentivos para incrementar la cantidad y calidad de información divulgada, ya que se benefician de la reputación de ser expertos en monitoreo. De acuerdo al análisis efectuado por Xiao et al (2004), existe una significancia entre la proporción de directores independientes y el índice de divulgación voluntaria en internet.

2.2.5.6 Firma de auditoría (BIG4).

De acuerdo a Bonsón & Escobar (2004), las firmas más grandes de auditoría requieren que sus clientes sean más transparentes, con el fin de mantener una adecuada reputación en el mercado. En caso no lo hicieran, se corren el riesgo que el mercado perciba una auditoría de menor calidad (DeAngelo, 1981). El estudio realizado por Bonsón & Escobar (2004), demostró que existen un grado de significancia entre el índice de divulgación para empresas de Europa del Este y la utilización de las firmas de auditoría denominadas BIG-4: Deloitte, Ernst & Young, PriceWaterHouseCoopers y KPMG.

2.2.5.7 Nivel de morosidad de la empresa (MOROSIDAD).

Los bancos tienen como actividad principal dedicarse a la intermediación financiera; es decir, captar recursos de agentes superavitarios para trasladarlos hacia agentes deficitarios, por lo que asumen distintos riesgos, dentro de los que destacan el riesgo de impago de los

créditos que otorgan y el riesgo de liquidez, que se da cuando la institución financiera no es capaz de hacer frente a las obligaciones con sus depositantes. Ante ello, es fundamental que ambas partes dispongan de la mayor cantidad posible de información para determinar su riesgo crediticio (Aguilar, Camargo & Morales, 2004). En este contexto consideramos necesario evaluar si el nivel de morosidad repercute en el índice de divulgación voluntaria, ya que mostrar un elevado nivel de morosidad puede conllevar a reducir la información publicada a efectos de que los agentes superavitarios no estén conscientes del riesgo que asumen al depositar sus ahorros en determinadas entidades financieras. Esta variable no ha sido estudiada antes en el sector financiero por algún autor, por lo que los resultados obtenidos son bajo una base empírica.

2.3 Sistema Financiero

2.3.1 Definición

El sistema financiero es un conjunto de instituciones que tiene como objetivo circular el dinero de los agentes superavitarios u ofertantes de fondos y los agentes superavitarios o demandantes de fondos, para lo cual se valen de la utilización de ciertos instrumentos financieros que hacen posible la transferencia de fondos entre los agentes ya sea de manera directa (créditos bancarios) o de forma indirecta (valores) (Rodríguez, 2012). Por otro lado, según López, Ríos & Cárdenas (2018), el sistema financiero integra diferentes intermediarios financieros, quienes son las entidades que se encargan de facilitar la transferencia de recursos financieros entre los agentes deficitarios y aquellos agentes que cuentan con excedentes, a través de la creación y uso de instrumentos especializados que buscan satisfacer las necesidades del mercado.

Tabla 2

Resumen de variables que afectan la decisión de divulgación de información corporativa

Trabajo de Investigación	Autor	Año	País	Variables independientes evaluadas	Variables explicativas significativas
<i>Corporate Reporting on the Internet: An investigation on Turkish listed Companies</i>	Arzu Özsözgün Çalışkan & Hüseyin Güler	2014	Turquía	Tamaño de la empresa Índice de Gobierno Corporativo Apalancamiento Industria Rentabilidad Estructura de propiedad	Tamaño de la empresa Índice de Gobierno Corporativo
<i>Corporate reporting on the Internet by German companies</i>	Claire Marston & Annika Polei	2004	Alemania	Tamaño de la empresa Rentabilidad Estructura de propiedad Riesgo Sistemático	Tamaño de la empresa
<i>Financial information on the Internet: a survey of the homepages of Austrian companies</i>	Barbara Pirchegger & Alfred Wagenhofer	1999	Austria	Tamaño de la empresa Porcentaje de libre flotación de acciones	Tamaño de la empresa Porcentaje de libre flotación de acciones
<i>The determinants and characteristics of voluntary Internet-based disclosures by listed Chinese companies</i>	Jason Zezhong Xiao, He Yang & Chee W. Chow	2004	China	Tamaño de la empresa ROA Leverage Activos fijos	Tamaño de la empresa ROA Leverage Activos fijos
<i>Transparencia de las empresas para la confianza de los stakeholders a través de internet: Un análisis empírico</i>	M. Mar Alonso Almeida	2009	España	Tamaño de la empresa Sector Nivel tecnológico Cotización Auditor	-Tamaño -Sector -Cotización
<i>Factors Influencing Voluntary Corporate Disclosure by Kenyan Companies</i>	Dulacha G. Barako, Phil Hancock & H. Y. Izan	2006	Kenia	Estructura de propiedad Gobierno corporativo Tamaño Apalancamiento Firma auditoría Rentabilidad	Estructura de propiedad

				Liquidez Tipo de industria	
<i>Digital reporting in Eastern Europe: An empirical study</i>	Enrique Bonsón & Tomás Escobar	2006	Países de Europa del Este	Capitalización bursátil Big Four (Auditor) Actividad de la empresa en el Sector Financiero	Capitalización bursátil Big Four (Auditor) Actividad de la empresa en el Sector Financiero
<i>Corporate Information Transparency on the Internet by Listed Companies in Spain (IBEX35) and Mexico (IPYC)</i>	Guadalupe del Carmen Briano Turrent & Lázaro Rodríguez Ariza.	2012	España y México	Sector Industrial Dualidad COB-CEO Composición del consejo Concentración de la propiedad ROA Endeudamiento Indicador de Gobierno Mundial PBI per cápita Nivel de inflación Tamaño de la empresa Tamaño del consejo	Indicador de Gobierno Mundial PBI per cápita Nivel de inflación Concentración de la propiedad Dualidad COB-CEO
<i>Determinants of corporate internet reporting: evidence from Egypt</i>	Doaa Aly, Jon Simon & Khaled Hussainey	2009	Egipto	Tamaño Rentabilidad Endeudamiento Liquidez Firma auditora Sector industrial Cotización en el extranjero	-Rentabilidad -Sector industrial -Cotización en el extranjero
<i>Determinants of internet-based corporate governance disclosure by Spanish listed companies</i>	Juan L. Gandía	2008	España	Tamaño ROE Antigüedad de la empresa Directorio Dualidad COB-CEO Capital flotante Visibilidad en medios	Tamaño ROE Antigüedad de la empresa Directorio Capital flotante Visibilidad en medios Seguimiento de analistas financieros

Seguimiento de analistas financieros

e-Gobierno Corporativo y
Transparencia Informativa en las
sociedades cotizadas españolas: un
estudio empírico

Juan L. Gandía & Tomás
Andrés Pérez

2005

España

Tamaño de la empresa
ROE
Endeudamiento
Capital flotante
Beta (Nivel de Riesgo)
MV/BV
Consejeros
Antigüedad
Noticias
IBES

Tamaño de la empresa
Antigüedad

Los determinantes de la
divulgación de información sobre
responsabilidad social corporativa
en el sector financiero: El caso
Español.

Arturo Haro de Rosario,
Francisco Alarcón Senent &
María del Carmen Caba
Pérez

2012

España

Tamaño de la empresa
Rentabilidad financiera
Cotización en el mercado de valores
Endeudamiento
Tipo de entidad de crédito
Aplicación del marco de recomendaciones
GRI3

Cotización en el mercado de valores
Tipo de entidad
Aplicación del marco de
recomendaciones GRI3

2.3.2 Regulación del Sistema Financiero Peruano

En el Perú, la Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros (Ley N°26702, 1996), es la norma que establece el marco de regulación y supervisión al que se someten las empresas que operen en el sistema financiero y de seguros, a excepción del Banco Central de Reserva del Perú (BCR), las participaciones del Estado en la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), el Banco de la Nación y Agrobanco.

2.3.3 Clasificación del Sistema Financiero Peruano

En el Perú, el sistema financiero puede clasificarse según el tipo de intermediación que realiza en: (a) intermediación indirecta; e (b) intermediación directa según se muestra en la Figura 3. El mercado de intermediación indirecta es el entorno donde participan intermediarios entre los agentes superavitarios y deficitarios, por lo general entidades bancarias, quienes se encargan de captar dinero de los agentes superavitarios, para luego colocarlos a los agentes deficitarios a través de préstamos de distintos tipos; es decir sirven de intermediarios entre ambos participantes. Este mercado se subdivide en sector bancario y sector no bancario. El sector bancario está compuesto por los bancos estatales como el Banco de la Nación y los bancos privados como por ejemplo el Banco de Crédito del Perú y el Banco Scotiabank. Por su parte, el sector no bancario está formado por empresas financieras, cajas rurales de ahorro y crédito, cajas municipales, empresas de desarrollo para la pequeña y mediana empresa (EDPYME), empresas de arrendamiento financiero, entre otras entidades.

El mercado de intermediación directa es el entorno donde los agentes superavitarios y deficitarios no necesitan de intermediarios para cubrir sus necesidades de inversión y financiamiento y se encuentra regulado por la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV). En este mercado, los agentes deficitarios captan dinero de los agentes superavitarios a través de la emisión de valores como acciones y bonos, sobre la base de un rendimiento

esperado y cierto nivel de riesgo asociado a la operación. El mercado de intermediación directa se clasifica a su vez en mercado primario y mercado secundario. El mercado primario es aquel donde los emisores de valores crean y ofrecen este tipo de instrumentos por primera vez al mercado. Por otro lado, el mercado secundario es el espacio donde se realizan transacciones sobre valores que ya fueron emitidos previamente por los agentes deficitarios. El mercado secundario a su vez se divide en mercado bursátil y extrabursátil. El mercado bursátil es aquel que utiliza a la Bolsa de Valores de Lima (BVL) para la negociación de los valores inscritos, mientras que en el mercado extrabursátil es aquel en el cual se negocian valores no registrados en el mercado bursátil (Rodríguez, 2012; Sánchez, 2013).

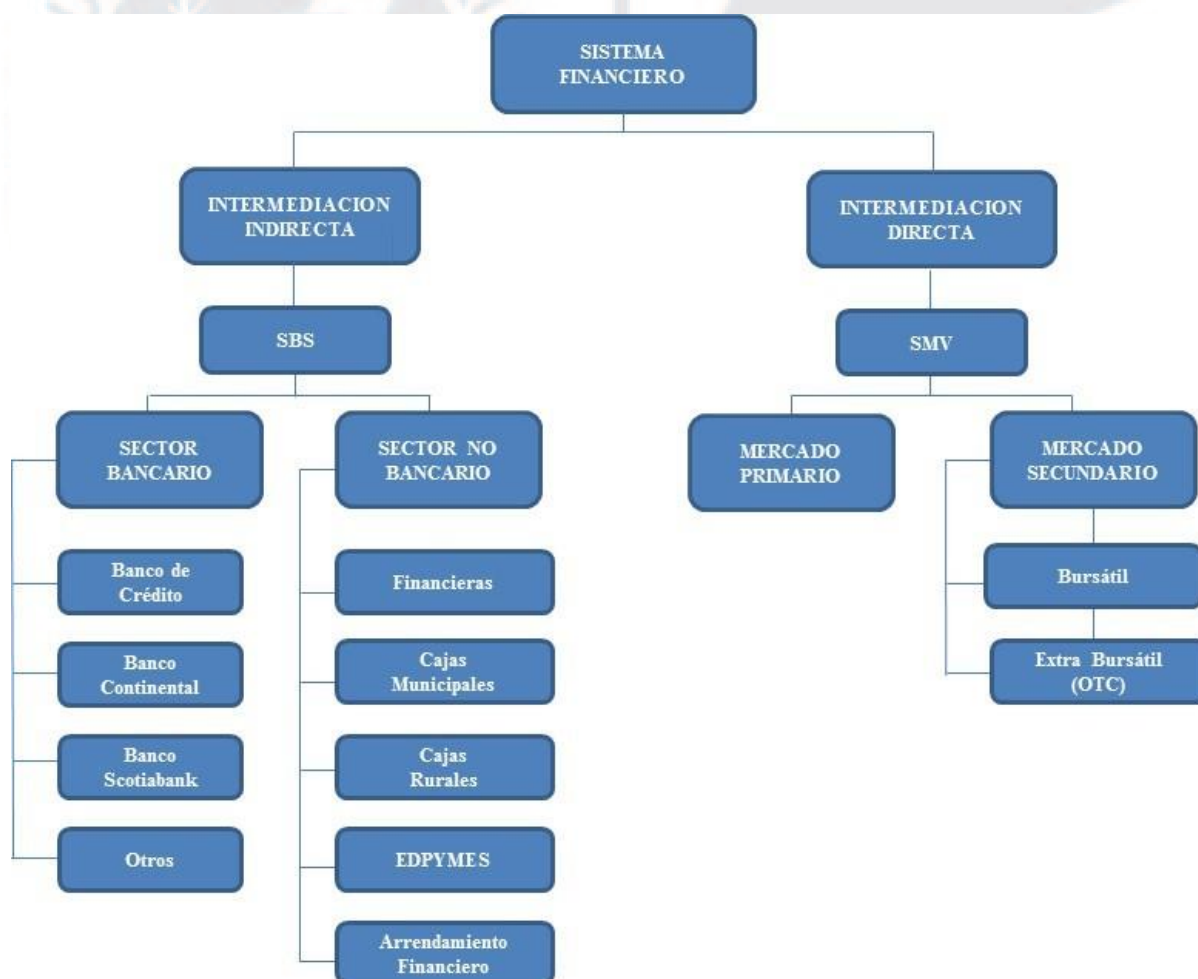


Figura 3. Clasificación del Sistema Financiero Peruano

Adaptado de “Sistema Financiero Peruano”, por Rodríguez (2012, p.2).

2.3.4 Empresas del Sector Financiero Bancario y No Bancario

Según la Superintendencia de Bancos y Seguros (SBS), al mes de agosto 2018 el sector financiero bancario y no bancario está compuesto por 57 instituciones o entidades financieras incluyendo las entidades estatales. El listado de completo de las entidades que componen este sector se muestra en la Tabla 3. Estas empresas se encuentran supervisadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS).

2.3.5 Normativa que regula el nivel de divulgación en el Sector Financiero

Para el presente trabajo de investigación se realizó una búsqueda de alguna normativa que regule el tipo de información mínima necesaria que debe ser divulgada obligatoriamente por las empresas en el Perú a través de sus páginas web, encontrando que la Superintendencia de Mercado de Valores (SMV) en su facultad de dictar las normas legales, emitió la Resolución SMV N° 020-2016-SMV/01 “Normas para la Difusión de Información al Mercado de Valores a través de la Página Web Corporativa de las Sociedades Emisoras”, de fecha 11 de julio de 2016.

Dicha norma se publicó en el Diario El Peruano el día 14 de julio de 2016 e indica que la siguiente información debe estar disponible en las páginas web corporativas de las empresas emisoras de valores o que cuenten con programas inscritos en el Registro Público del Mercado de Valores (RPMV), ya sea de forma directa en la página web o a través de un link que direcciona al portal de la SMV: (a) información financiera anual auditada individual; (b) información financiera anual auditada consolidada, de ser el caso; (c) información financiera intermedia individual; (d) información financiera intermedia consolidada, de ser el caso; (e) memoria anual; y, (f) hechos de importancia. Debido a la selección de empresas para la presente investigación, esta norma aplica para todas las empresas estudiadas.

Tabla 3

Listado de entidades del Sector Financiero Peruano Bancario y No Bancario

Empresas Bancarias	Financieras	Cajas Municipales de Ahorro y Crédito	Cajas Rurales de Ahorro y Crédito	Empresas de Arrendamiento Financiero	EDPYMES
BBVA Banco Continental	América Financiera	Caja Arequipa	CRAC Incasur	Leasing Total	Edpyme Alternativa
Citibank Perú	Crediscotia Financiera	CMAC Cusco	CRAC Los Andes		Acceso Crediticio
Interbank	Compartamos Financiera	CMAC del Santa	CRAC Prymera		BBVA Consumer Finance
Mi Banco	Financiera Confianza	Caja Huancayo	CRAC Sipán		Edpyme Credivisión
Scotiabank Perú	Financiera Credinka	CMAC Ica	CRAC Del Centro		Edpyme MiCasita
Banco de Comercio	Financiera TFC	CMAC Maynas	CRAC Raíz		Edpyme Marcimex
Banco de Crédito del Perú	Financiera Uno	CMAC Paita			Edpyme Inversiones la Cruz
Banco Interamericano de Finanzas	Financiera Efectiva	CMAC Piura			Edpyme GMG Servicios Perú
Banco Pichincha	Mitsui Auto Finance Perú	CMAC Sullana			Edpyme Santander Consumer Perú
Banco GNB Perú	Financiera Proempresa	CMAC Tacna			
Banco Falabella	Financiera Qapaq	CMAC Trujillo			
Banco Ripley		Caja Metropolitana de Lima			
Banco Santander Perú					
Banco Azteca					
Banco Cencosud					
ICBC Perú Bank					
Banco Agropecuario – Agrobanco					
Banco de la Nación					

2.4 Conclusiones

En un contexto donde sonados escándalos empresariales en el ámbito nacional e internacional han debilitado la credibilidad de las empresas frente a sus *stakeholders*, se pone en evidencia que la divulgación de información es vital para contrarrestar este escenario adverso y empezar a construir relaciones sólidas entre las compañías y los grupos de interés, y mejorar la confianza para contribuir con el desarrollo económico. Para cumplir con este propósito, los canales o medios de divulgación de información son igual de importantes que la cantidad y la calidad de información que se divulga, por lo que el internet se convierte en una herramienta muy útil y de bajo costo para cumplir con este propósito. Debido a ello, diversos investigadores han estudiado el grado de divulgación de la información corporativa en diversas industrias en distintos países, así como los determinantes de este nivel de información. Producto de este análisis se obtuvieron variables sobre las cuales los investigadores han encontrado un grado de significancia con los diversos índices de divulgación y que serán materia de estudio de la presente investigación como: (a) el tamaño de la empresa (SIZE), (b) el nivel de rentabilidad de los activos (ROA), (c) nivel de endeudamiento o apalancamiento financiero (LEVERAGE), (d) la proporción de directores independientes en sus juntas (INDEPDIR), (e) la utilización de firmas de auditoría internacionales que pertenecen a la clasificación *Big-Four* (BIG4), (f) que pertenezca la empresa dentro del índice de Buen Gobierno Corporativo de la BVL (IBGC). Asimismo, se propone el estudio de una séptima variable denominada MOROSIDAD, la cual tiene gran relevancia para el sector financiero peruano.

Finalmente, el sector financiero peruano cumple un rol muy importante en la economía del país ya que se encarga de hacer confluir a los agentes superavitarios con los deficitarios, por lo cual es importante que ambas partes cuenten con información disponible que les permita conocer el riesgo asociado a sus actividades y tomar decisiones informadas.

Capítulo III: Metodología

3.1 Diseño de la Investigación

Para poder identificar las relaciones existentes entre el índice de divulgación de información corporativa a través de las páginas web de las entidades financieras peruanas listadas en la BVL y los factores o variables vinculadas a estas entidades que influyen en dicho índice de divulgación, se aplicó el instrumento de medición desarrollado por Xiao et al. (2004) en su trabajo de investigación titulado “*The determinants and characteristics of voluntary Internet-based disclosures by listed Chinese companies*” con la finalidad de calcular el índice de divulgación. De acuerdo con las pautas de este instrumento, se seleccionó una muestra de empresas del sector financiero peruano listadas en la BVL en las cuales se verificó la información divulgada, recabándose evidencias del contenido y formato de la presentación de sus páginas web corporativas. La medición se basó en la consideración de las 82 variables de divulgación de dicho instrumento de medición, de las cuales 57 variables son de contenido, siendo de éstas 39 variables financieras y 18 variables no financieras. Las 25 variables restantes son de formato de presentación. La descripción de las 39 variables de divulgación financieras se presenta en el Apéndice A; la descripción de las 18 variables de divulgación no financieras se presenta en el Apéndice B; y las 25 variables de divulgación de formato de presentación se presentan en el Apéndice C.

El índice de divulgación aplicado se calculó efectuando una sumatoria de los puntajes obtenidos a través del método de análisis de contenido (Nevado et al., 2016), vale decir, de la observación directa del contenido de las páginas web de cada entidad financiera de la muestra. En este sentido, el índice de divulgación para cada entidad financiera j (I_j) se calculó en función a la fórmula mostrada, donde n_j es el número de variables dicotómicas de divulgación aplicables a la entidad financiera j ; y $X_{ij}=1$ si la variable resulta con información divulgada; $X_{ij}=0$, en caso contrario.

$$\square \diamond = \square \diamond \diamond$$

$$\diamond = 1$$

Este índice de divulgación implicó ser el primer resultado del estudio y permitió establecer tanto un valor promedio para las empresas del sector financiero peruano, al que llamaremos índice del sector en estudio, como también un ranking de las empresas del sector financiero peruano en función a su grado de divulgación de información corporativa.

Considerando la tipología de las variables de divulgación del estudio, se constituyó por tanto, cinco variables dependientes. La primera se denominó (a) TOTALSCORE, que consideró el valor del índice de divulgación de cada entidad financiera; y otras cuatro a manera de subgrupos las cuales se denominaron como: (b) CONTENT, que consideró el puntaje total de las variables de divulgación referidas al contenido de la información divulgada y que, a su vez, se subdividió en la variable (c) VARFIN, que consideró el puntaje total de las variables de divulgación referidas a información financiera; y la variable (d) VARNOFIN, que consideró el puntaje total de las variables de divulgación referidas a información no financiera. Por último, se consideró a la variable (e) FORMAT como el puntaje total de las variables de divulgación referidas al formato de presentación. Asimismo, dentro de este bloque de variables de divulgación financieras VARFIN, las cuales se componen de 39 variables de divulgación, existen 18 puntos que tienen un carácter de obligatoriedad debido a que se refiere al cumplimiento de la Resolución SMV N°020-2016-SMV/01 “Norma para la Difusión de Información al Mercado de Valores a través de la página web corporativa de las Sociedades Emisoras”. La descripción de todas las variables dependientes se muestra en la Tabla 4.

Tabla 4

Variables Dependientes

Variable	Descripción
TOTALSCORE	Puntaje total para las 82 variables del índice de divulgación
CONTENT	Puntaje total para las 57 variables de contenido total
VARFIN	Puntaje total para las 39 variables de contenido de información financiera
VARNOFIN	Puntaje total para las 18 variables de contenido de información no financiera
FORMAT	Puntaje total para las 25 variables de formato de presentación

Con la finalidad de dar respuesta a las preguntas del presente trabajo de investigación, fue necesario obtener para cada entidad financiera de la muestra los valores de otras variables o características de las entidades financieras a las que llamaremos variables independientes, las cuales son: (a) INDEPDIR, que consiste en la proporción de directores independientes; (b) BIG4, el cual clasifica si la entidad financiera fue auditada por alguna de las cuatro grandes empresas consultoras y auditoras del mundo, reconocidas como *Big-Four*: Deloitte, PriceWaterhouseCoopers (PwC), Ernst & Young (EY), y KPMG; (c) GOBCORP, el cual clasifica si la entidad financiera formó parte de las empresas calificadas con el índice S&P/BVL de Buen Gobierno Corporativo organizado por la Bolsa de Valores de Lima y la consultora EY; (d) SIZE, referida al tamaño de la empresa; (e) ROA, referida como indicador de la rentabilidad de la empresa; (f) LEVERAGE, referida al grado de apalancamiento de la empresa; y (g) MOROSIDAD, referida al grado de incumplimiento de pago que tiene cada una de las entidades financieras de acuerdo a lo declarado en la SBS. Estas variables se muestran en la Tabla 5.

Tabla 5

Relación de variables independientes consideradas en el instrumento de medición

Variable	Definición	Indicador
GOBCORP	Índice de Buen Gobierno Corporativo de la BVL	Puntaje de "1" para empresas que se encuentran dentro del índice S&P/BVL de Buen Gobierno Corporativo; puntaje "0" de lo contrario.
SIZE	Tamaño de la empresa	Logaritmo natural de la capitalización bursátil de las empresas al 05 de octubre del 2018
ROA	Rentabilidad de los activos	Rentabilidad sobre activos promedio entre el ejercicio 2016 y ejercicio 2017
LEVERAGE	Nivel de endeudamiento financiero	La relación entre pasivos totales y activos totales en el ejercicio 2017
INDEPDIR	Proporción de directores independientes	Directores independientes como proporción del total de Directores en el ejercicio 2017
BIG4	Firma de auditoría	Puntaje de "1" para empresas auditadas por una firma auditora <i>Big-Four</i> en el ejercicio 2017; puntaje "0" de lo contrario.
MOROSIDA D	Nivel de morosidad de la empresa	Ratio de morosidad según días de incumplimiento indicado por la SBS al 31 de julio del 2018 (*)

(*) Un crédito se considera vencido cuando tiene más de 15 días de atraso para los créditos corporativos, a grandes y a medianas empresas; más de 30 días para los créditos a pequeñas y microempresas; y en el caso de los créditos hipotecarios y de consumo, se considera vencida la cuota con más de 30 días de atraso y el saldo a partir de 90 días de atraso.

El instrumento de medición propuesto por Xiao et al. (2004) es el resultado integral de diversas investigaciones relacionadas a la divulgación corporativa por internet (Aly et al., 2009). Este instrumento de medición cuenta con algunas variables que corresponden al contexto de las empresas chinas, por lo que se efectuaron cambios en algunas variables de divulgación para encajar al entorno peruano. Por ejemplo, en la variable V9 se incluyó considerar la firma del Gerente General y en la variable V57 se cambió el enlace directo a la página web de la SMV. Además, resultaron excluidas variables como V31 y V38 referidas a las Resoluciones del Consejo de Supervisión del presente año y años anteriores, por cuanto en la realidad de las entidades no existe un Consejo de Supervisión. También se excluyó la

variable V79 referida al uso de *frames*, debido a que en la actualidad ya es una técnica obsoleta para la construcción de páginas web.

3.2 Conveniencia del diseño

La presente investigación ha aplicado un enfoque cuantitativo dado que el instrumento de medición empleado consta de un índice de divulgación compuesto por variables que pueden tomar valores de “0” y “1” (variables dicotómicas). Asimismo, la investigación tiene un alcance correlacional porque busca determinar la relación entre las variables independientes propuestas y el grado de divulgación de información corporativa a través de las páginas web de las empresas financieras peruanas listadas en la BVL. Por otro lado, la investigación tiene un diseño no experimental transeccional por cuanto a la información referente al grado de divulgación de información corporativa corresponde a un periodo de tiempo específico. Dicha información ha sido respaldada con la captura de imágenes de cada variable hallada en las páginas web de cada empresa entre los meses de septiembre y octubre del 2018.

3.3 Población y muestra

Considerando que el instrumento de medición de Xiao et al. (2004) se basó en un conjunto de empresas listadas en las Bolsas de Valores Chinas, para el presente trabajo de investigación se consideró a las empresas financieras peruanas que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima, siendo éstas en total 33. De estas empresas son 32 las que cuentan con página web y que fueron finalmente seleccionadas para la conformación de la muestra. El listado de entidades que conformaron la muestra se aprecia en la Tabla 6.

Tabla 6

Lista de entidades financieras que conformaron la muestra

Nombre de la Empresa

Banca Múltiple

BBVA Banco Continental

Banco de Crédito del Perú
Banco de Comercio
Banco Pichincha
Banco Azteca
Scotiabank Perú
Banco Ripley
MiBanco
Interbank
Banco Interamericano de Finanzas
Banco GNB Perú
Banco Santander Perú
Citibank Perú
Banco Falabella
ICBC Perú Bank
Banco Cencosud

Financiera
Financiera Crediscotia
Financiera Credinka
Mitsui Auto Finance Perú
Financiera Proempresa
Financiera Efectiva
Compartamos Financiera
Financiera Uno
Financiera TFC
Financiera Qapaq
Financiera Confianza

Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC)
CMAC Sullana
Caja Arequipa

Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRAC)
CRAC Los Andes

EDPYMES
Edpyme Inversiones la Cruz
Edpyme Santander Consumer Perú
Edpyme GMG Servicios Perú

3.4 Consentimiento informado

Debido a que la información requerida para el presente trabajo de investigación ha sido recabada de fuentes secundarias como las páginas web corporativas y enlaces hacia páginas web institucionales de la SMV, SBS o la BVL que son de acceso público y libre, no fue necesario solicitar consentimiento de información a las entidades financieras en estudio.

Además, se consideró como parte de la información, la descarga de los reportes corporativos, memorias anuales y estados financieros que se encontraron declarados en la página web de la entidad financiera o mediante un enlace a la página web de la SMV.

Con la finalidad de poder emplear el instrumento de medición que elaboraron Xiao et al. (2004) propuesto en su trabajo de investigación titulado: *“The determinants and characteristics of voluntary Internet-based disclosures by listed Chinese companies”*, se tomó contacto con los co-autores Jason Zezhong Xiao y Chee W. Chow mediante los correos electrónicos chow@sdsu.edu y Xiao@Cardiff.ac.uk a partir del 13 de septiembre del 2018 y se solicitó el permiso pertinente para poder emplear la metodología del estudio. En efecto, se recibió la respuesta de ambos co-autores entre el 14 de septiembre y el 01 de octubre del 2018 el cual nos otorgaban el correspondiente consentimiento y autorización a la respectiva citación. Las mencionadas comunicaciones se adjuntan en el Apéndice D.

3.5 Instrumento de Investigación

El presente trabajo de investigación aplicó el instrumento de medición propuesto por Xiao et al. (2004). La razón principal para la elección de este índice de divulgación es que esta investigación es uno de los primeros estudios en la materia y ha servido de insumo para la realización de diversas investigaciones en distintos países. Asimismo, el instrumento permite considerar no sólo variables financieras y de formato, sino también variables específicas para empresas cuyas acciones se cotizan en los mercados de valores, lo cual se ajusta al sector que se analiza en la presente investigación. Con respecto a la información de entrada que requiere el instrumento, estas fueron obtenidas de las siguientes fuentes: (a) las páginas web corporativas de la entidades del sector financiero peruano; (b) enlace a la página web de la SMV, SBS o BVL, donde se puede encontrar documentos como la memoria anual y los estados financieros.

3.6 Recolección de Datos

La forma de recolección de datos se llevó a cabo de manera no experimental y consistió en recabar los valores de las variables del instrumento de medición para cada una de las 32 entidades financieras peruanas listadas en la BVL durante el periodo comprendido entre septiembre y octubre del 2018. Los valores de las variables independientes se obtuvieron de diversas fuentes: (a) GOBCORP, a partir de la lista del IBGB que emite la BVL, (b) INDEPDIR, de la conformación de los directorios según las memorias anuales; (c) BIG4, del informe de auditoría que las empresas consignan en la SMV; (d) SIZE, a partir de la capitalización bursátil calculada en base al valor nominal de la acción de la empresa según informa la BVL; (e) ROA y (f) LEVERAGE, a partir de los estados financieros que reportan las entidades a la SMV; y (g) MOROSIDAD, a partir de los reportes de morosidad de cada entidad financiera que presenta la SBS. Estos datos se resumen en el Apéndice C.

3.7 Análisis de Datos

Se utilizó el software SPSS de IBM para el análisis estadístico. En primera instancia se procedió a realizar un análisis descriptivo de cada variable. Para las variables cuantitativas se calculó los datos que permitan describir las medidas de tendencia central y su dispersión. Posteriormente, se realizó las pruebas de normalidad a las variables independientes a fin de determinar cuáles de ellas observan una distribución normal. La matriz de correlación de Pearson nos indicará cuales son las variables que se correlacionan con TOTALSCORE o lo que sería el índice de divulgación.

Se aplicará el método de regresión lineal múltiple paso por paso para determinar la relación cuantitativa que se presenta entre el índice de divulgación y las variables que la expliquen en un grado razonable. Una vez aplicado el método de regresión lineal múltiple paso a paso, se podrá reconocer cuáles son los factores que influyen y en qué medida explican el índice de divulgación que se ha encontrado.

3.8 Validez y Confiabilidad

Para este estudio se asume que los datos difundidos en las páginas web corporativas, estados financieros, memoria anual, y reportes de gestión son verídicos. Asimismo, el hecho de que sus estados financieros fueran publicados en la página web de la SMV, BVL o SBS garantiza que se proporcionó información verdadera. Por otra parte, los datos de las variables de divulgación fueron recogidos a cabo en fechas cercanas entre los meses de septiembre y octubre del 2018 para todas las 32 entidades financieras empleando una previa homogenización de criterios por lo que la confiabilidad de los datos obtenidos es alta.

3.9 Resumen

Esta investigación empleó el instrumento de medición del grado de divulgación de Xiao et al. (2004) y la metodología se basó también en las pautas del mismo estudio. Se considera que este instrumento permitirá determinar el grado de divulgación de información corporativa en las empresas financieras peruanas listadas en la BVL y que una vez obtenido este resultado, se podrá también identificar las variables que influyen en este índice de divulgación de información corporativa en las empresas financieras peruanas que cotizan en la BVL. El enfoque de la investigación propuesta fue de tipo cuantitativo, de alcance correlacional, de diseño no experimental transeccional. La recolección de datos se llevó a cabo mediante la asignación de valores para las 82 variables del instrumento para cada entidad, elaborándose a partir de esta data, cinco variables dependientes: TOTALSCORE, CONTENT, VARFIN, VARNOFIN y FORMAT. Asimismo, se recogió también la data de seis variables independientes: GOBCORP, INDEPDIR, BIG4, SIZE, ROA, LEVERAGE, MOROSIDAD. El estudio de la relación de éstas variables independientes y del índice de divulgación permitirá responder a las hipótesis que se plantearon en el estudio en base a la revisión de la bibliografía sobre este tema. Luego de reunir todos los datos necesarios, se organizaron para realizar el análisis de la información obtenida. Toda esta recopilación fue validada para su interpretación y trabajada con el programa SPSS de IBM, que servirá para realizar cálculos

descriptivos, así como el análisis de regresión lineal múltiple y presentar resultados en el capítulo IV.



Capítulo IV: Presentación de Resultados

4.1 Estadística Descriptiva

La Tabla 7 muestra un resumen de los resultados estadísticos descriptivos de las 82 variables de divulgación las cuales permitieron obtener el índice de divulgación a través de las páginas web corporativas de las entidades del sector financiero listadas en la Bolsa de Valores de Lima (BVL). En este sentido, la variable dependiente TOTALSCORE como puntaje total de todas las variables mencionadas muestra una media de 27.16 como índice de divulgación. Los puntajes intermedios asociados a las demás variables dependientes como son CONTENT (indicador del puntaje total de variables de contenido), FORMAT (indicador del puntaje total de variables de formato), VARFIN (indicador del puntaje de variables de contenido financiero) y VARNOFIN (indicador del puntaje de variables de contenido no financiero) obtuvieron 20.44, 17.03, 3.41 y 6.72, respectivamente. A su vez, de la misma muestra, solo una empresa obtuvo un puntaje máximo de 42 y otra una mínima de uno sobre 82 puntos posibles. En función a estos resultados, se puede afirmar que la principal razón de divulgar información corporativa a través de las páginas web se concentra en el cumplimiento de la norma SMV N°020-2016-SMV/01 para la difusión de información al mercado de valores. Por otro lado, se evidencia que en la muestra existe un alto grado de dispersión que se atribuye a la falta de obligatoriedad en aspectos de divulgación de información corporativa (desviación estándar de 8.219).

Tabla 7

Resultados Descriptivos de las Variables de Divulgación

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Varianza	Asimetría	Curtosis
TOTALSCORE	32	41	1	42	27.16	8.22	67.55	-1.38	3.28
CONTENT	32	27	1	28	20.44	6.37	40.64	-1.64	3.36
FORMAT	32	16	0	16	6.72	2.95	8.73	.47	2.54
VARFIN	32	23	0	23	17.03	5.54	30.68	-1.99	4.35
VARNOFIN	32	6	1	7	3.41	1.39	1.93	.59	.25
BIG4	32	1	0	1	.81	.39	.16	-1.68	.88
GOBCORP	32	1	0	1	.09	.29	.09	2.93	6.99
SIZE	32	7.34	17.29	24.64	19.81	1.84	3.39	1.34	1.32
ROA	32	.13	-.04	.08	.017	.02	.00	.17	4.70
LEVERAGE	32	.56	.36	.93	.82	.10	.01	-3.21	13.15
INDEPDIR	32	.90	.10	1.00	.43	.21	.05	.62	.38
MOROSIDAD	30	22.05	.88	22.94	5.92	4.32	18.62	2.49	7.82

Con respecto a la composición y estructura de las variables de divulgación en las páginas web corporativas de las entidades en estudio, la Figura 4 describe los resultados de puntuación de la variable dependiente VARFIN. De las variables consideradas como obligatorias para la divulgación en las entidades financieras (como mínimo, información publicada del ejercicio 2017), al menos 28 de las 32 entidades cumplen con los requisitos obligatorios de difusión de información (artículo 2 de la Resolución SMV N°020-2016-SMV/01); es decir, difunden en su página web corporativa o en su defecto, cuentan con un enlace asociado a la página web de la SMV, SBS o de la BVL para divulgar lo siguiente: (a) Información financiera anual auditada, compuesta por los Estados Financieros, las Notas y el Informe de Gerencia; (b) la memoria anual y (c) los Hechos de importancia. Por otro lado, existe información propuesta por este índice que no fueron divulgadas por la totalidad de las entidades en estudio; por ejemplo, para este bloque tanto la V9 (Firma del CEO o Gerente General en la Memoria Anual) fue informada por el 50% de las empresas; la V11 (Informe o Dictamen del Auditor de los últimos años) por el 62.5% y V13 (Firma del Auditor en el Informe o Dictamen) por el 78.1%. A su vez, 18 variables de divulgación obtuvieron baja o nula puntuación debido a la aplicabilidad al entorno de las empresas en estudio (por ejemplo, no se cuenta con un Consejo de Supervisión mencionado en las páginas web) y por el momento de la evaluación (por ejemplo, no todas las entidades contaban con un informe de su gestión en el año actual divulgado en su página web).



Figura 4. Resultados de las variables financieras.

Con respecto al bloque de Variables No Financieras, donde se consolida la variable dependiente VARNOFIN, en la Figura 5 se puede mencionar que la V57 (enlace a la página web de la SMV, SBS o BVL, la cual corresponde a una adaptación al entorno peruano), la V54 (enlace a las preguntas frecuentes), la V48 (información sobre la última actualización de la página web) y la V45 (enlace a los comunicados de prensa o portal de noticias) son los de mayor divulgación por las entidades en estudio, siendo sus resultados del 87,5%, 84.4%, 68.8% y 34.4%, respectivamente. Estos resultados pueden manifestar el compromiso de las entidades listadas en la BVL con divulgar información considerada como necesaria a las partes interesadas, resolver sus principales consultas y mantener actualizada su página web. Por otro lado, 13 variables de este bloque no son relevantes en la divulgación de información para las empresas en estudio. Bajo esta premisa, tenemos los casos de la V41 (Rendimiento del precio de las acciones en relación con el índice bursátil), V44 (Ganancias o previsión de ventas), V47 (Calendario financiero) y V53 (Páginas web en inglés); por tanto, se puede concluir que algunas entidades presentan restricciones con respecto a divulgar información considerada como confidencial como también limitar la adaptación de su página web a un contexto no relevante para el caso peruano (como es el caso de mantener una página web en otro idioma que no sea el español).

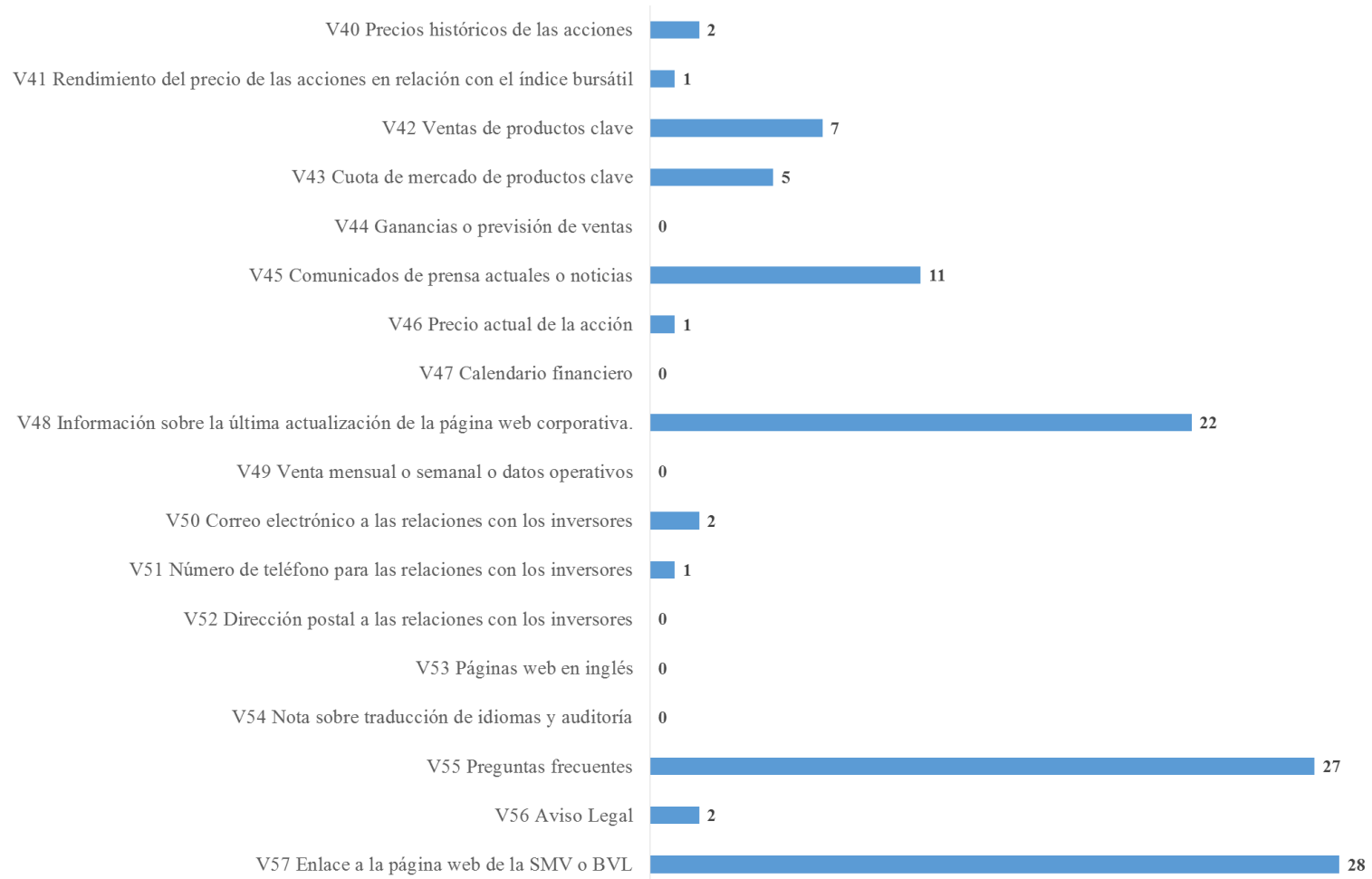


Figura 5. Resultados de Variables No Financieras.

Por último, la sumatoria de los valores de las variables de Formato de Presentación consolida a la variable dependiente FORMAT. En la Figura 6 se presentan algunas variables destacadas como la V60 (Datos financieros en formato procesable como Excel) y la V61 (Informe anual en formato PDF), en las cuales al menos 28 empresas presentan en su página web corporativa la opción de exportar en formato Excel sus estados financieros, como también exportar en formato PDF su memoria anual. Asimismo, la V64 (Imágenes gráficas) confirma que 27 empresas muestran información a través de gráficos corporativos en sus páginas web. Por otro lado, se evidencia que muy pocas empresas presentan información sobre el correo electrónico de contacto con el relacionista o responsable de las inversiones de la entidad financiera, como también la opción de acceder en un solo paso al enlace que brinda información de relaciones con los inversores (solo dos de 32 empresas). Esto quiere decir que las relaciones con los inversores no es una prioridad en la gestión de información de las entidades financieras peruanas listadas.

El ranking de las entidades financieras peruanas listadas en la BVL en base al índice de divulgación se muestra en el Apéndice E. La Tabla 8 presenta el primer cuartil de dicho ranking y considera a las entidades que obtuvieron un puntaje mayor a 30 y que represente al menos el 40% del máximo puntaje posible de la variable TOTALSCORE (es decir 82 puntos). En efecto, se observa que las empresas que pertenecen a la Banca Múltiple se encuentran en mayor proporción dentro de las ocho mejores empresas. Por tanto, de acuerdo al análisis efectuado en el presente estudio, las empresas financieras peruanas listadas en la BVL que se encuentran en el primer cuartil de calificación del índice de divulgación en sus páginas web corporativas son el BBVA Continental, el Banco de Crédito del Perú, la Caja Sullana, el Banco de Comercio, el Banco Pichincha, Banco Azteca, Financiera Crediscotia y Financiera Credinka, todas con puntaje mayor o igual a 33 puntos.

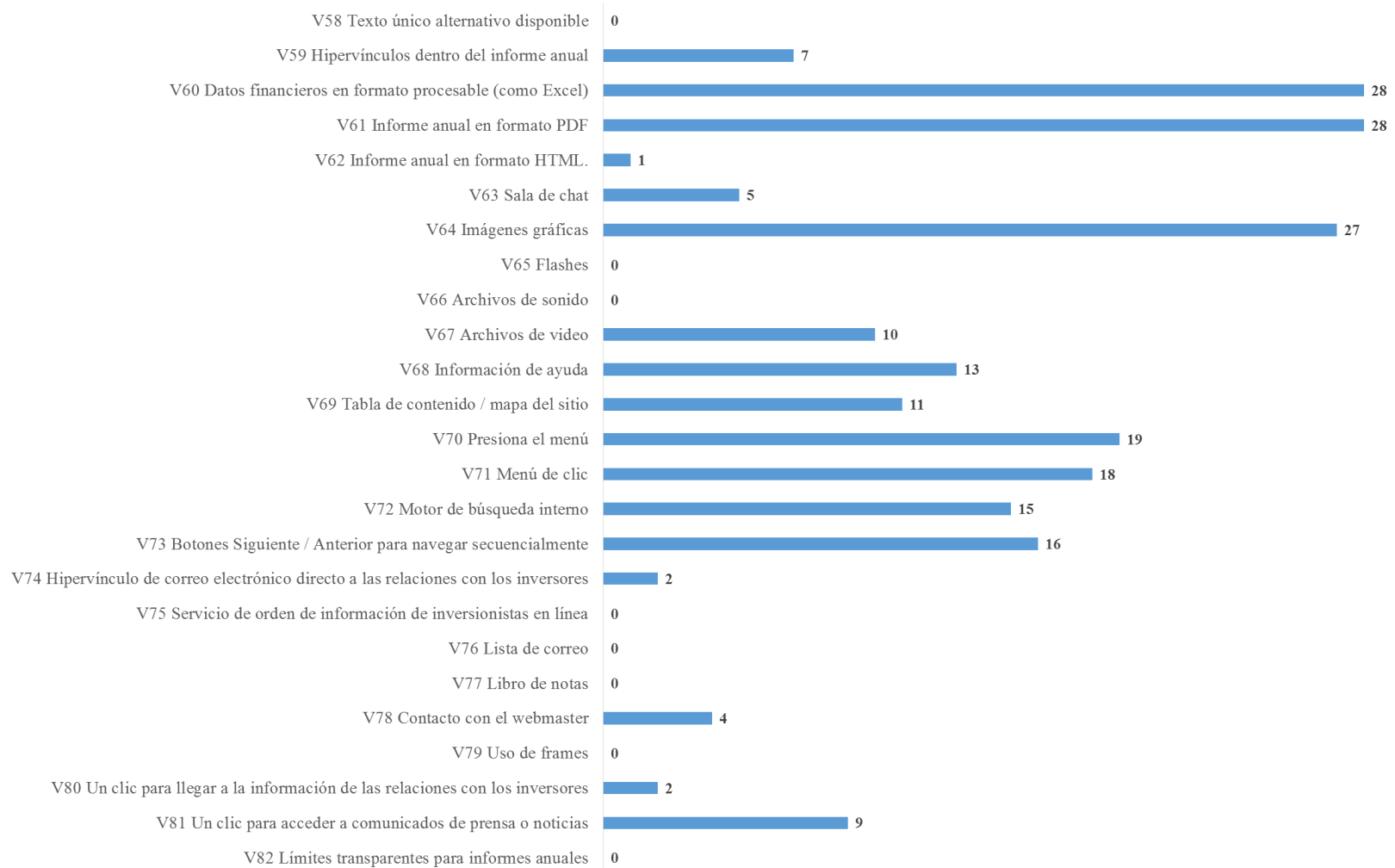


Figura 6. Resultados de Variables de Formato de Presentación.

Tabla 8

Ranking de entidades financieras – Primer cuartil

N°	Nombre de la Empresa	Tipo de Operación	TOTALSCORE	%
1	BBVA Banco Continental	Banca Múltiple	42	51.2%
2	Banco de Crédito del Perú	Banca Múltiple	38	46.3%
3	CMAC Sullana	CMAC	37	45.1%
4	Banco de Comercio	Banca Múltiple	35	42.7%
5	Banco Pichincha	Banca Múltiple	33	40.2%
6	Banco Azteca	Banca Múltiple	33	40.2%
7	Financiera Crediscotia	Financiera	33	40.2%
8	Financiera Credinka	Financiera	33	40.2%

4.2 Análisis de Correlaciones y Regresión Multivariante

La premisa del análisis de correlación es reportar la asociación entre dos variables y con respecto al análisis de regresión múltiple es reportar la descripción e interpretación de la relación entre diversas variables independientes y una variable dependiente. En efecto, los modelos de regresión multivariante obtenidos ayudan a explicar o predecir mejor a la variable dependiente (Lind et al., 2015). Por tanto, para poder predecir con eficacia la variable dependiente TOTALSCORE asociada al índice de divulgación del trabajo de investigación, se consideró la realización de los siguientes procedimientos: (a) prueba de normalidad, para conocer si todas las variables analizadas dentro del modelo cumplen una distribución normal; (b) elaboración de la matriz de correlación, para conocer si las variables independientes están correlacionadas con la variable dependiente TOTALSCORE, como también observar si entre las variables independientes ocurren correlaciones que puedan afectar posteriormente la predicción del modelo de regresión; (c) cálculo del modelo de regresión múltiple, utilizando todas las variables independientes y su respectiva interpretación de resultados; (d) la prueba de hipótesis global, el cual precisa si cualquiera de los coeficientes de regresión es distinto de cero; y (e) aplicar una verificación de los supuestos en el modelo de regresión seleccionado.

4.2.1 Prueba de Normalidad

Para dicha prueba se analizaron las variables independientes cuantitativas SIZE, ROA, LEVERAGE, INDEPDIR, MOROSIDAD y la variable dependiente cuantitativa TOTALSCORE. De ellas se deberá probar si los datos se ajustan a una distribución normal con la finalidad de que los resultados de análisis posteriores como el ANOVA sean fiables.

Para ello se plantean las siguientes hipótesis:

H_0 : los resultados de las variables se ajustan a una distribución normal.

H_1 : los resultados de las variables no se ajustan a una distribución normal.

Se analizó la normalidad mediante la prueba de bondad de ajuste de Kolmogorov – Smirnov para una muestra. Como resultado, la Tabla 9 indica que las variables que presentaron un comportamiento de distribución normal fueron ROA e INDEPDIR, debido a que sus niveles de significancia (p-valor) resultaron mayores a 0.05. El resto de variables, por defecto, no presenta dicho comportamiento pues sus niveles de significancia (p-valor) resultaron menores a 0.05. En consecuencia, el estadístico de prueba Kolmogorov-Smirnov con la corrección de Lilliefors presenta al menos un nivel de significación menor a 0.05 por lo que se rechaza la hipótesis nula de normalidad del conjunto de resultados de variables analizado y se acepta que los resultados de las variables no se ajustan a una distribución normal.

Tabla 9

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
TOTALSCORE	.163	32	.030	.892	32	.004
SIZE	.227	32	.000	.846	32	.000
ROA	.135	32	.149	.900	32	.006
LEVERAGE	.216	32	.001	.680	32	.000
INDEPDIR	.114	32	.200*	.960	32	.283
MOROSIDAD	.214	30	.001	.742	30	.000

^a. Corrección de significación de Lilliefors

El gráfico Q-Q normal mostrado en las Figuras 7, 8, 9, 10, 11 y 12 ratifican la conclusión anterior, ya que los valores observados para las variables ROA e INDEPDIR sí se sitúan sobre la recta esperada bajo el supuesto de normalidad, a excepción de las demás variables observadas.

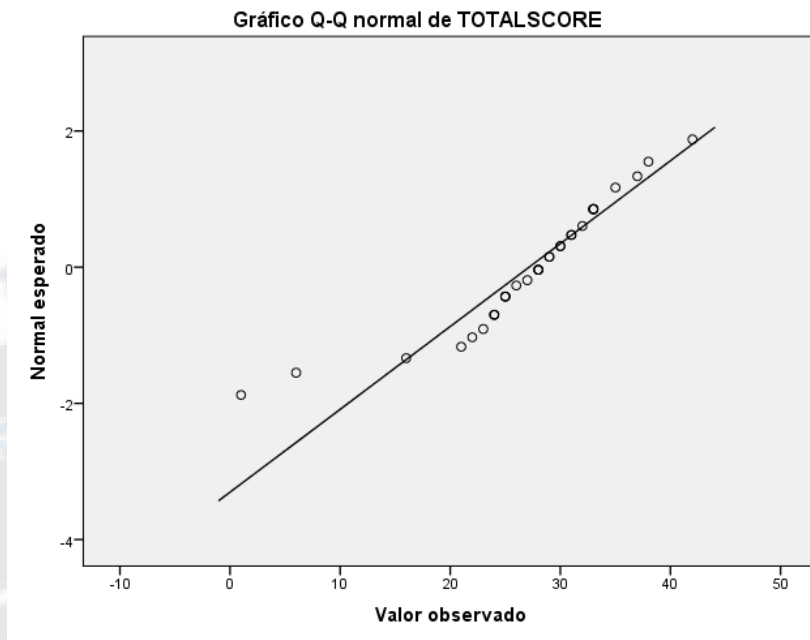


Figura 7. Prueba de Normalidad – TOTALSCORE.

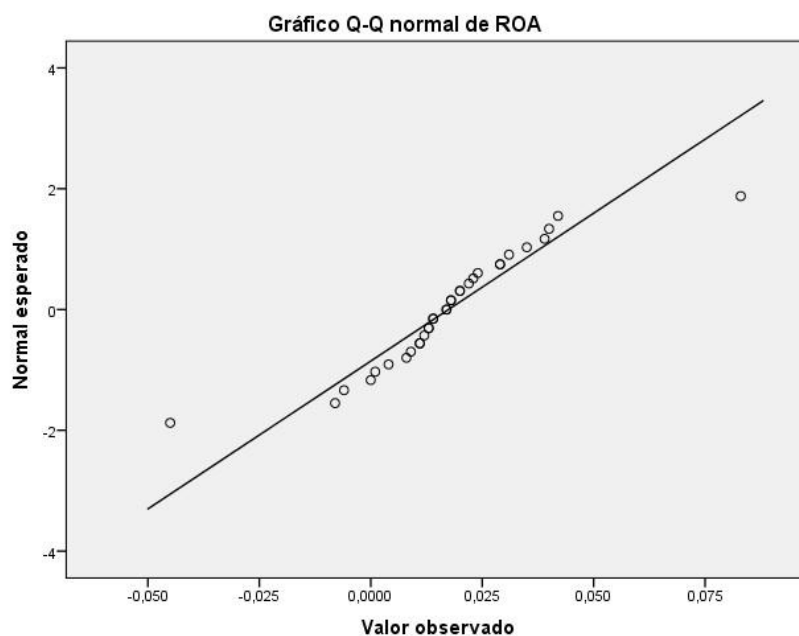


Figura 8. Prueba de Normalidad – ROA.

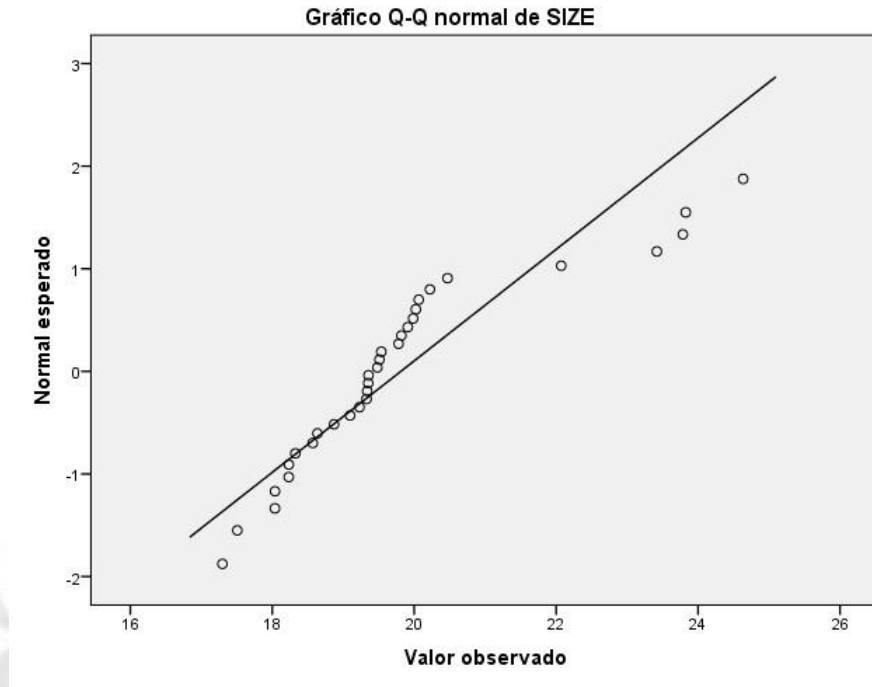


Figura 9. Prueba de Normalidad – SIZE.

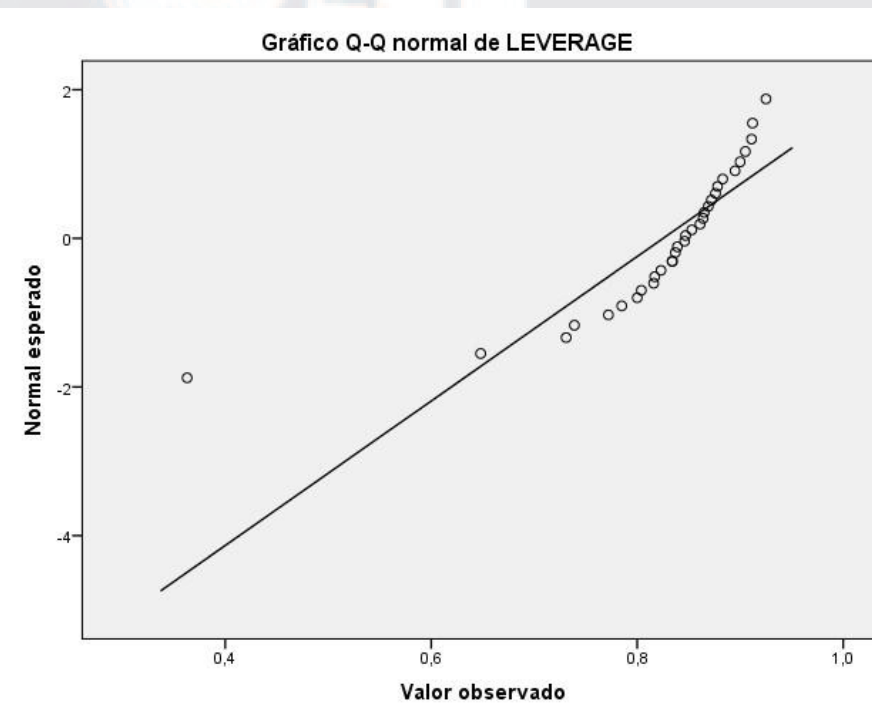


Figura 10. Prueba de Normalidad – LEVERAGE.

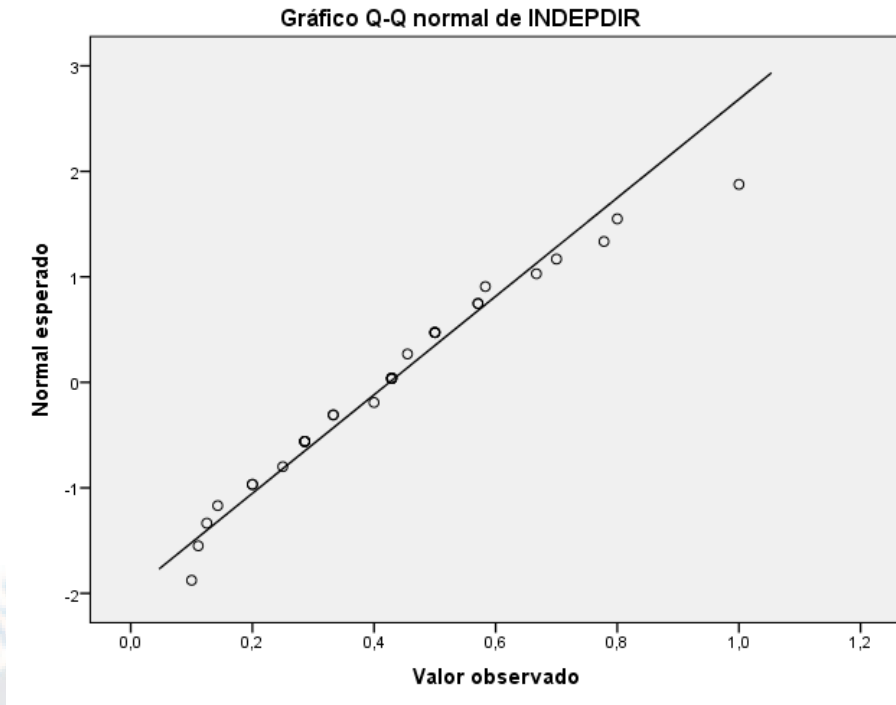


Figura 11. Prueba de Normalidad – INDEPDIR.

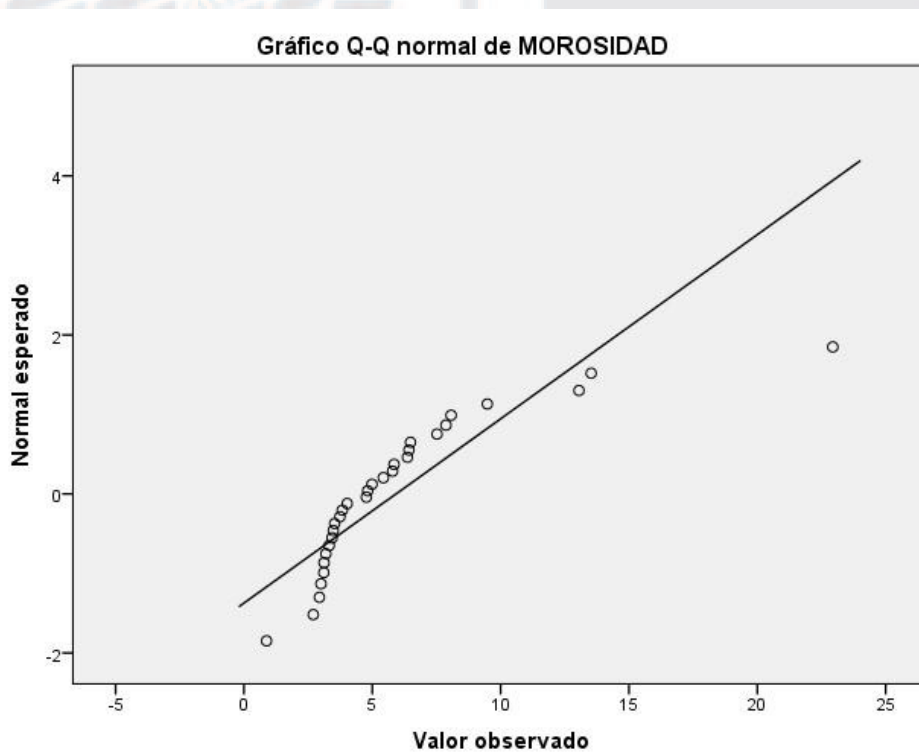


Figura 12. Prueba de Normalidad – MOROSIDAD.

4.2.2 Matriz de Correlación

Con el análisis de correlación se espera la revelación de una serie de correlaciones significativas entre la variable dependiente TOTALSCORE y las variables independientes presentadas en el trabajo de investigación. Para poder estudiar la relación entre estas variables, es necesario calcular el coeficiente de correlación el cual brinda una medida cuantitativa de la fuerza de la relación entre ellas (Lind et al., 2015). En efecto, se consideró para dicho análisis la utilización del método de correlación de Pearson las cuales se inicia ingresando los datos cuantitativos de las variables al software estadístico SPSS. La Tabla 10 muestra los resultados de la compilación en la matriz de Pearson.

De los resultados obtenidos se precisan que solo las correlaciones con un nivel de significancia menor a 0.05 son significativas, entonces las variables SIZE, ROA y MOROSIDAD con la variable dependiente TOTALSCORE obtuvieron correlaciones lineales significativas de +0.392 (p-valor=0,027), +0.432 (p-valor=0,014) y -0.423 (p-valor=0,020), respectivamente. Con respecto a las variables LEVERAGE (+0,058; p-valor=0,753) e INDEPDIR (+0,084; p-valor=0,648), al obtener una correlación débil y con un nivel de significancia superior a 0.05, existe una alta probabilidad de ser eliminadas de la ecuación de regresión. Asimismo, las variables BIG4 y GOBCORP, por ser cualitativas, no brindan un resultado objetivo como coeficiente en la prueba de correlación lineal de Pearson, por lo tanto, estarían siendo eliminadas de todo análisis de regresión múltiple.

Por otro lado, se observa que existen correlaciones significativas entre las variables independientes, tanto a nivel de significancia de 0,05 como de 0,01; por lo que se sugiere buscar correlaciones que excedan un valor absoluto de 0,700 (Lind et al., 2015). En dicha búsqueda solo se encuentra un caso asociado a las variables GOBCORP y SIZE (+0,734; p-valor=0,000) por lo que podría existir un efecto de multicolinealidad al elegir dichas variables, sin embargo se tendrá que ejecutar otras pruebas de descarte para justificar el

modelo de regresión (como por ejemplo, la utilización del factor de inflación de la varianza VIF).

La Figura 13 muestra el diagrama de correlación-dispersión que evidencia la relación existente entre las variables en estudio y cuantifica gráficamente la intensidad de dicha relación. En este sentido, observamos que la recta que cruza la nube de puntos concentrada en los cuadrantes que asocia a TOTALSCORE con SIZE y ROA mantiene una marcada pendiente positiva, y con respecto a MOROSIDAD resulta una marcada pendiente negativa.

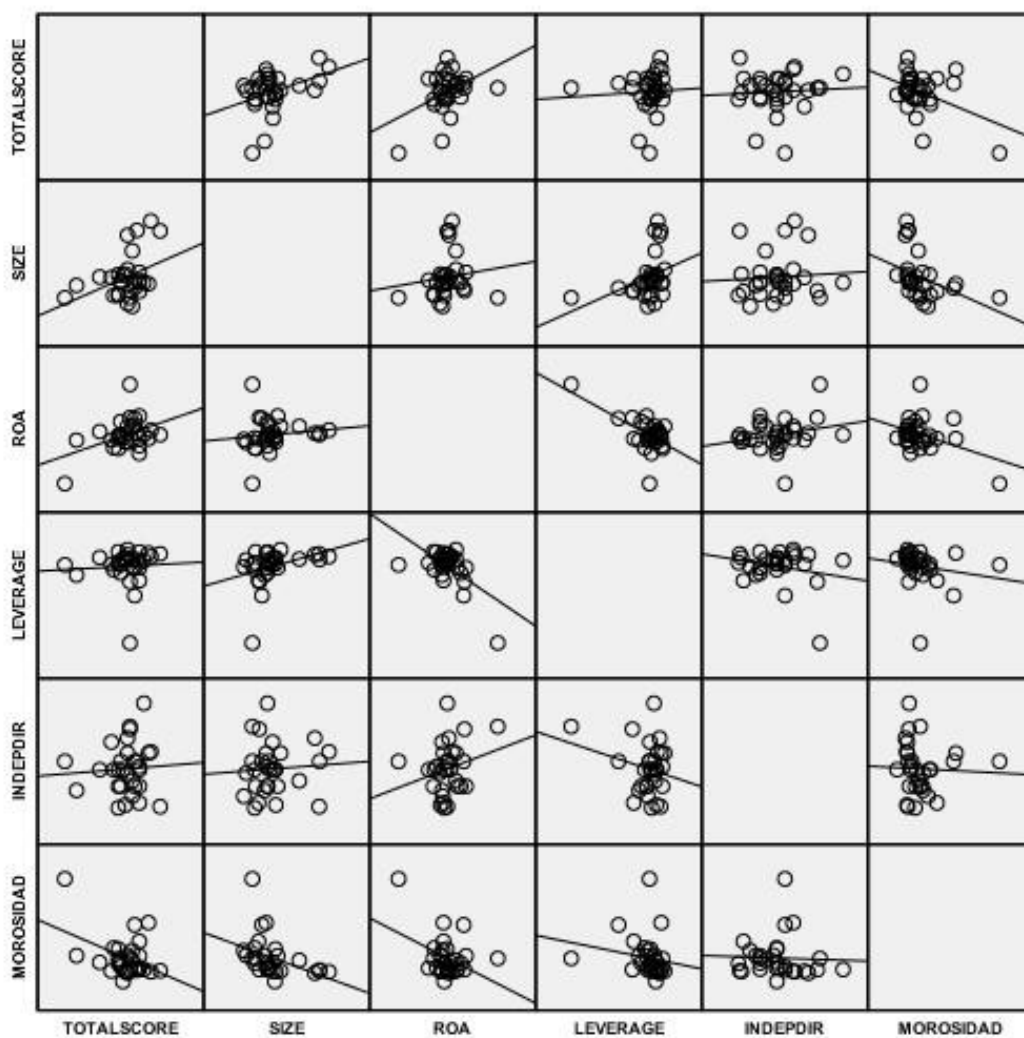


Figura 13. Diagrama de Correlación-Dispersión

Tabla 10

Matriz de correlación de Pearson

		TOTALSCORE	SIZE	ROA	LEVERAGE	INDEPDIR	MOROSIDAD	BIG4	GOBCORP
TOTALSCORE	Corr Pearson	1	,392*	,432*	.058	.084	-,423*	.237	,352*
	Sig. (bilateral)		.027	.014	.753	.648	.020	.192	.048
SIZE	Corr Pearson	,392*	1	.132	,356*	.072	-,403*	.326	,734**
	Sig. (bilateral)	.027		.472	.046	.696	.027	.068	.000
ROA	Corr Pearson	,432*	.132	1	-,608**	.271	-,407*	,373*	.052
	Sig. (bilateral)	.014	.472		.000	.133	.026	.036	.779
LEVERAGE	Corr Pearson	.058	,356*	-,608**	1	-.233	-.177	-.143	.215
	Sig. (bilateral)	.753	.046	.000		.199	.350	.434	.238
INDEPDIR	Corr Pearson	.084	.072	.271	-.233	1	-.041	.085	.060
	Sig. (bilateral)	.648	.696	.133	.199		.828	.645	.744
MOROSIDAD	Corr Pearson	-,423*	-,403*	-,407*	-.177	-.041	1	-,544**	-.234
	Sig. (bilateral)	.020	.027	.026	.350	.828		.002	.213
BIG4	Corr Pearson	.237	.326	,373*	-.143	.085	-,544**	1	.155
	Sig. (bilateral)	.192	.068	.036	.434	.645	.002		.398
GOBCORP	Corr Pearson	,352*	,734**	.052	.215	.060	-.234	.155	1
	Sig. (bilateral)	.048	.000	.779	.238	.744	.213	.398	

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

**.. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

4.2.3 Modelo de Regresión Lineal Múltiple

Para la construcción de la ecuación que describe el modelo de regresión lineal múltiple del presente trabajo de investigación, se utilizó la técnica de regresión por pasos, la cual es un método paso por paso que permite determinar esta ecuación iniciando con una sola variable independiente y va agregando o eliminando otras variables de forma individual. La ejecución de este método es válido solo para variables independientes que tengan coeficientes significativos de regresión (Lind et al., 2015). Al realizar el cálculo a través del software estadístico SPSS, se desarrolló dos modelos de ecuación sin determinar el intercepto o constante para lograr significancia, llamado regresión lineal a través del origen. En la Tabla 11 menciona que al aplicar el método por pasos, el primer modelo se explicaba solo con la variable SIZE y el segundo modelo se explicaba tanto con la variable SIZE como la variable ROA. En efecto, hasta la segunda iteración se logró que con las variables introducidas SIZE y ROA, el modelo obtuviera un R^2 ajustado de 0.936. Este resultado indicado en la Tabla 12 significa que el 93.6% de la variabilidad o comportamiento de la variable dependiente TOTALSCORE es explicado por el modelo compuesto por las variables independientes SIZE y ROA en conjunto.

Tabla 11

Variables de entrada y eliminadas – Método por pasos

Variables entradas/eliminadas ^{a,b}			
Modelo	Variables introducidas	Variables eliminadas	Método
1	SIZE		Por pasos (Criterios: Probabilidad-de-F-para-entrar \leq .050, Probabilidad-de-F-para-eliminar \geq .100).
2	ROA		Por pasos (Criterios: Probabilidad-de-F-para-entrar \leq .050, Probabilidad-de-F-para-eliminar \geq .100).

^a. Variable dependiente: TOTALSCORE

^b. Regresión lineal a través del origen



Tabla 12

Resultados del Modelo de Regresión por Pasos

Modelo	R	R cuadrado ^b	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticas de cambios				
					Cambio de cuadrado de R	Cambio en F	df1	df2	Sig. CambF
1	,963 ^a	.928	.926	7.805	.928	373.777	1	29	.000
2	,970 ^c	.940	.936	7.230	.012	5.804	1	28	.023

a. Predictores: SIZE

b. Para la regresión a través del origen (el modelo sin interceptación), R cuadrado mide la proporción de la variabilidad en la variable dependiente sobre el origen explicado por la regresión. Esto NO SE PUEDE comparar con el R cuadrado para los modelos que incluyen interceptación.

c. Predictores: SIZE, ROA

d. Variable dependiente: TOTALSCORE

e. Regresión lineal a través del origen

Seguidamente, se debe verificar la probabilidad de que todas las variables independientes en estudio tengan coeficientes de regresión cero. Esta evaluación se denomina prueba global y se aplica enunciando las siguientes hipótesis:

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = \beta_6 = \beta_7 = 0$$

$$H_1: \text{Al menos un } \beta_j \neq 0$$

Siendo β_1 : SIZE; β_2 : ROA; β_3 : LEVERAGE; β_4 : INDEPDIR; β_5 : MOROSIDAD; β_6 : BIG4; β_7 : GOBCORP; a un nivel de significancia de 0.05. Bajo este escenario se procede a analizar la tabla ANOVA indicado en la Tabla 13 en la cual evidencia que el nivel de significancia del segundo modelo tiene un p-valor igual a 0,000 el cual es menor al nivel de significancia de 0.05, por tanto, se concluye rechazar la hipótesis nula. Este resultado confirma que, al nivel de significancia de 0.05, existe al menos un coeficiente de regresión diferente de cero.

Tabla 13

Tabla ANOVA del Modelo de Regresión por Pasos

Modelo	Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
1					
Regresión	22772.190	1	22772.190	373.777	,000 ^c
Residuo	1766.810	29	60.924		
Total	24539,000 ^d	30			
2					
Regresión	23075.552	2	11537.776	220.751	,000 ^c
Residuo	1463.448	28	52.266		
Total	24539,000 ^d	30			

^a. Variable dependiente: TOTALSCORE

^b. Regresión lineal a través del origen

^c. Predictores: SIZE

^d. Esta suma total de cuadrados no está corregida para la constante porque la constante es cero para la regresión a través del origen.

^e. Predictores: SIZE, ROA

Con respecto a la descripción de los coeficientes del modelo de regresión múltiple del presente estudio, la Tabla 14 indica que el segundo modelo logró obtener un coeficiente estimado para la variable independiente SIZE igual a 1.239, mientras que el coeficiente estimado para la variable independiente ROA resultó ser igual a 158.597. Ambos coeficientes resultaron de manera individual ser significativos debido a que el p-valor para SIZE resultó ser 0.00 siendo menor al nivel de significancia de 0.05. De igual forma, para la variable ROA se obtuvo un p-valor de 0.023 el cual también es menor al nivel de significancia de 0.05, corroborando la significancia de sus coeficientes.

De igual forma, se debe analizar la significancia de los coeficientes de regresión del modelo de manera individual o separada para determinar cuáles coeficientes de regresión pueden ser cero y cuáles no. Es importante esta verificación ya que en caso algún β obtenga valor cero, podría no resolver una explicación de variación de la variable dependiente TOTALSCORE (Lind et al., 2015). Para esta evaluación se aplica enunciando las siguientes hipótesis:

$$H_0: \beta_1 = 0; H_1: \beta_1 \neq 0$$

$$H_0: \beta_2 = 0; H_1: \beta_2 \neq 0$$

Siendo $\beta_1 = \text{SIZE}$; $\beta_2 = \text{ROA}$; a un nivel de significancia de 0.05. Bajo este escenario se procede a analizar la Tabla 14 en la cual evidencia que en el nivel de significancia del segundo modelo referente a la variable SIZE tiene un p-valor igual a 0,000 el cual es menor al nivel de significancia de 0.05; a su vez, la variable ROA tiene un p-valor igual a 0,023 el cual también es menor al nivel de significancia de 0.05. Por tanto, se concluye rechazar la hipótesis nula. Este resultado confirma que, al nivel de significancia de 0.05, el modelo es válido.

Por otro lado, en la misma Tabla 14 también menciona que como el coeficiente estandarizado para la variable SIZE ($\beta_1=0.862$) es mayor que el coeficiente estandarizado

para la variable ROA ($\beta_2=0.150$) se puede inferir que la variable SIZE es la más importante para explicar el comportamiento de la variable dependiente TOTALSCORE. Por lo tanto, el modelo de regresión lineal múltiple estimado para el presente trabajo de investigación es:

$$\text{TOTALSCORE estimado} = 1.239 * \text{SIZE} + 158.597 * \text{ROA}$$

Con respecto a la interpretación de los coeficientes estimados, se puede deducir que cuando la variable independiente SIZE aumenta en una unidad, la variable dependiente TOTALSCORE aumenta en promedio 1.239, manteniendo constante la variable ROA. Por otro lado, cuando la variable independiente ROA aumenta en una unidad, la variable dependiente TOTALSCORE aumenta en promedio 158,597 manteniendo constante la variable SIZE. La Tabla 15 muestra las variables independientes excluidas del modelo de regresión.

Tabla 14

Descripción de los Coeficientes de Regresión Múltiple

		Coeficientes ^{a,b}						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.	95,0% intervalo de confianza para B	
		B	Error estándar	Beta			Límite inferior	Límite superior
1	SIZE	1.384	.072	.963	19.333	.000	1.238	1.530
2	SIZE	1.239	.090	.862	13.809	.000	1.055	1.422
	ROA	158.597	65.830	.150	2.409	.023	23.750	293.443

^{a.} Variable dependiente: TOTALSCORE

^{b.} Regresión lineal a través del origen

Tabla 15

Variables Excluidas del Modelo de Regresión

Modelo	En beta	t	Sig.	Correlación parcial	Variables excluidas ^{a,b}		
					Tolerancia	Estadísticas de colinealidad VIF	Tolerancia mínima
1 ROA	,150 ^c	2.409	.023	.414	.547	1.830	.547
LEVERAGE	-,251 ^c	-.632	.533	-.119	.016	62.247	.016
INDEPDIR	,018 ^c	.154	.879	.029	.195	5.138	.195
MOROSIDAD	-,137 ^c	-1.759	.090	-.315	.380	2.630	.380
BIG4	,096 ^c	.818	.420	.153	.182	5.491	.182
GOBCORP	,037 ^c	.679	.503	.127	.855	1.169	.855
2 LEVERAGE	,623 ^d	1.278	.212	.239	.009	114.000	.008
INDEPDIR	-,042 ^d	-.388	.701	-.075	.184	5.424	.184
MOROSIDAD	-,083 ^d	-1.036	.309	-.196	.331	3.022	.209
BIG4	-,006 ^d	-.047	.963	-.009	.155	6.457	.155
GOBCORP	,040 ^d	.789	.437	.150	.855	1.170	.496

a. Variable dependiente: TOTALSCORE

b. Regresión lineal a través del origen

c. Predictores en el modelo: SIZE

d. Predictores en el modelo: SIZE, ROA

4.2.4 Evaluación de las Suposiciones de la Regresión Múltiple

La validez de las pruebas estadísticas realizadas en el presente trabajo de investigación parte de varias suposiciones que permiten evaluar de manera estadística la ecuación de regresión múltiple. Por tanto, si estas suposiciones no son válidas, los resultados pueden estar sesgados o ser confusos (Lind et al., 2015). En efecto, se desarrollaron las cinco suposiciones necesarias para la regresión múltiple: (a) existe una relación lineal directa entre la variable dependiente y el conjunto de variables independientes; (b) homocedasticidad o igualdad de varianzas de los residuos por cada pronóstico; (c) los residuos siguen la distribución de probabilidad normal; (d) las variables independientes no deben estar correlacionadas; y (e) los residuos son independientes. En este sentido, el paso final es examinar las suposiciones de regresión con el modelo desarrollado para el trabajo de investigación. La primera suposición es que existe una regresión lineal entre cada variable independiente y explicativa SIZE y ROA con la variable dependiente TOTALSCORE. De acuerdo a las Figuras 14 y 15, donde explican los gráficos de regresión parcial entre cada variable independiente con TOTALSCORE, se observa una clara relación lineal entre ellas, siendo los resultados de la ecuación lineal para Y-X₁ (TOTALSCORE-SIZE) $Y = -0,11 + 1,24 * X_1$; como también para Y-X₂ (TOTALSCORE-ROA): $Y = -0,05 + 1,57E2 * X_2$.

Ahora bien, si la suposición de linealidad tiene validez, se puede inferir que la distribución de residuos debe seguir una distribución de probabilidad normal con una media de cero. En la Figura 16 se muestra un histograma de residuos y en la Figura 17 se muestra un gráfico de probabilidad normal acumulada para evaluar esta suposición, la cual evidencia la formación de las características de una distribución normal. Bajo este enfoque se puede plantear las siguientes hipótesis de normalidad de los residuos o errores:

H₀: los errores se distribuyen normalmente

H₁: los errores no se distribuyen normalmente

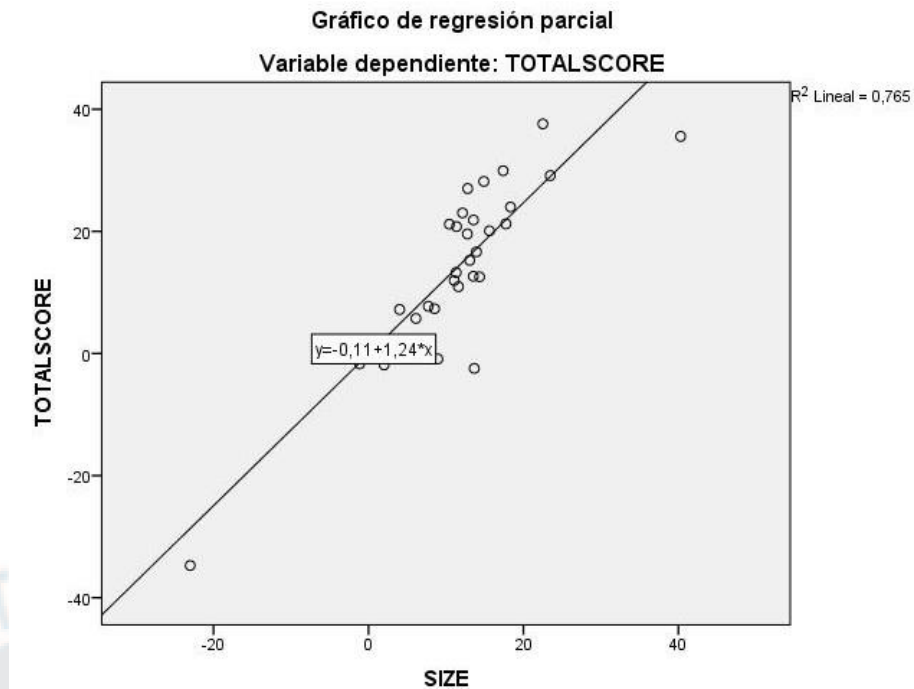


Figura 14. Gráfico de Regresión Parcial para TOTALSCORE – SIZE.

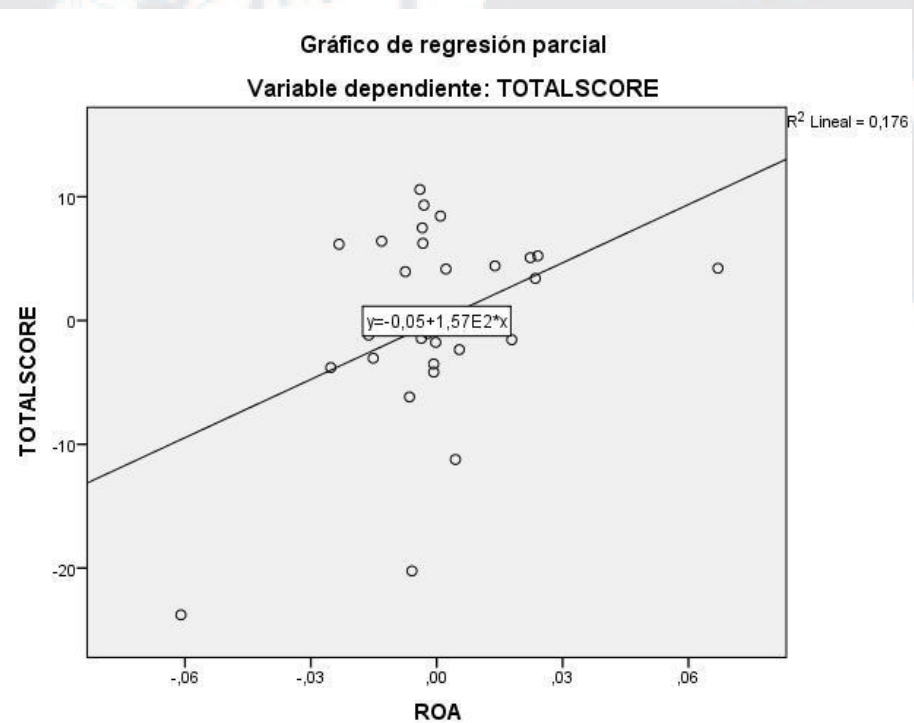


Figura 15. Gráfico de Regresión Parcial para TOTALSCORE-ROA.

Se analizó la normalidad mediante la prueba de normalidad de Kolmogorov – Smirnov para una muestra. Como resultado, la Tabla 16 indica que con un nivel de

significancia (p -valor=0.200) mayor a 0.05 se puede concluir que los residuos se distribuyen normalmente, por tanto se acepta la hipótesis nula.

Tabla 16.

Prueba de Normalidad de los Residuos

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Unstandardized Residual	.115	32	.200*	.943	32	.093

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

^a. Corrección de significación de Lilliefors

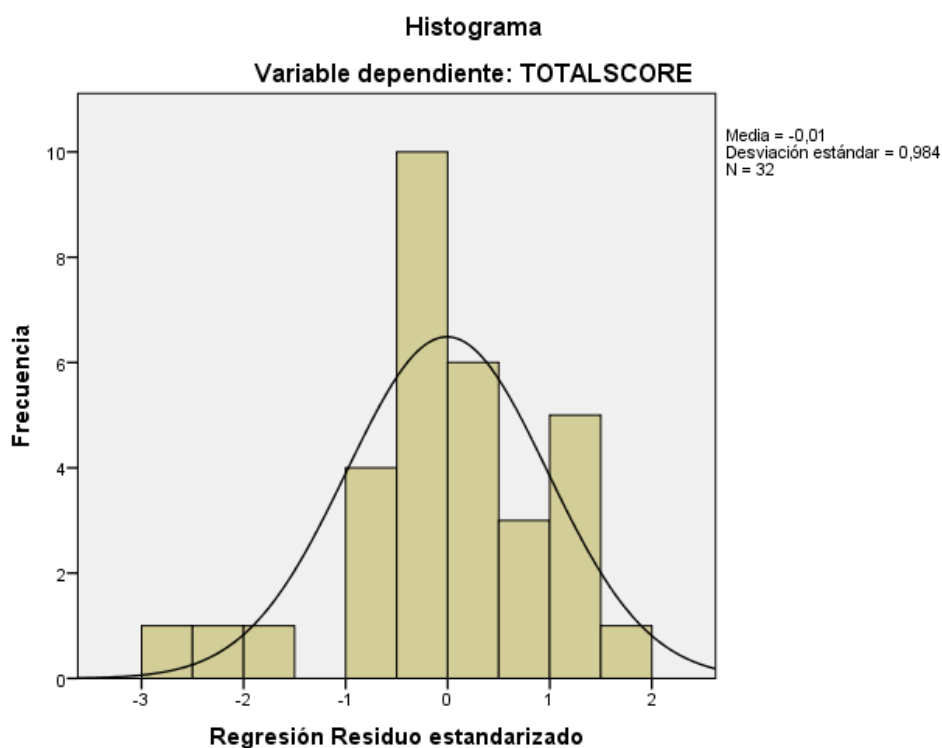


Figura 16. Histograma de Residuos Estandarizados.

Gráfico P-P normal de regresión Residuo estandarizado

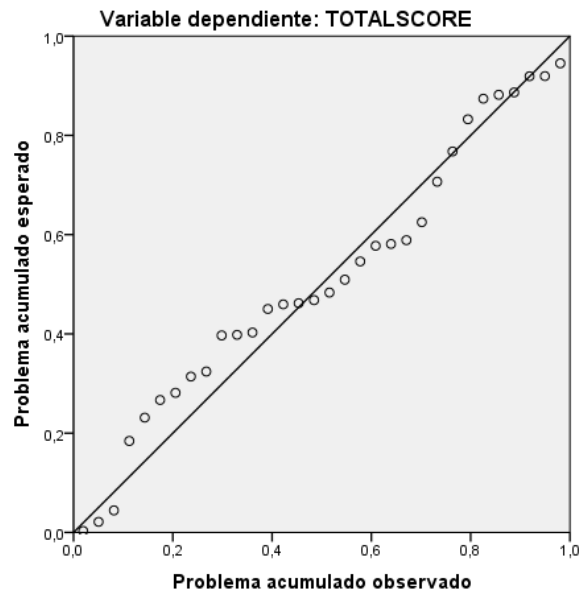


Figura 17. Gráfico de Probabilidad Normal Acumulada.

El siguiente supuesto a probar trata que si ocurre homocedasticidad de los residuos de cada pronóstico. De acuerdo a la Figura 18, se observa que los residuos se distribuyen aleatoriamente alrededor del promedio con varianza constante.

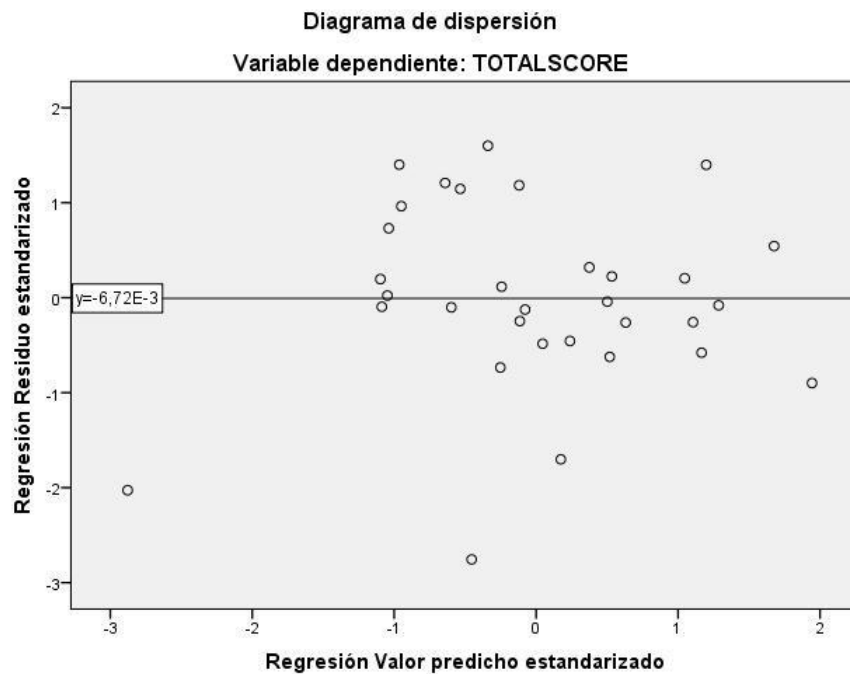


Figura 18. Diagrama de Dispersión de Residuos.

La suposición de multicolinealidad implica que las variables independientes no deben estar altamente correlacionadas. Mediante la prueba estadística denominada factor de inflación de la varianza (VIF) se puede concluir que, al ser menores a 10, la multicolinealidad no es un problema para el modelo elegido. La Tabla 17 indica que el segundo modelo elegido como ecuación de regresión precisa valores de VIF de 1.830 para la variable SIZE y 1.830 para la variable ROA.

Por último, la quinta suposición respecto al presente análisis de regresión es que los residuos sucesivos deberán ser independientes. A la condición que se presenta cuando los residuos sucesivos están correlacionados se les denomina como autocorrelación (Lind et al., 2015). La prueba Durbin-Watson determina si existe autocorrelación (dependencia) entre los residuos. Para responder si la autocorrelación es significativa, se plantea las siguientes hipótesis:

H_0 : Sin correlación residual

H_1 : Correlación residual positiva

Debido a que existen dos variables independientes, un nivel de significancia de 0,05 y el tamaño de la muestra es 32, se rechazará la hipótesis nula si el estadístico de Durbin-Watson es menor a 1.31 y no se rechaza si es mayor a 1.57. Como resultado, la Tabla 18 indica que el estadístico Durbin-Watson es de 2.173, por tanto se acepta la hipótesis nula y se puede concluir que los residuos o errores no están autocorrelacionados.

Tabla 17

Resultados del Modelo de Regresión Múltiple (Estadísticas de Colinealidad)

		Coeficientes ^{a,b}								
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coef. Estándar.	T	Sig.	95,0% intervalo de confianza para B		Estadísticas de colinealidad	
		B	Error estándar	B			Límite inferior	Limite superior	Tolerancia	VIF
1	SIZE	1.384	.072	.963	19.333	.000	1.238	1.530	1.000	1.000
2	SIZE	1.239	.090	.862	13.809	.000	1.055	1.422	.547	1.830
	ROA	158.597	65.830	.150	2.409	.023	23.750	293.443	.547	1.830

^a. Variable dependiente: TOTALSCORE

^b. Regresión lineal a través del origen

Tabla 18

Resultados del Modelo de Regresión por Pasos (Estadístico Durbin-Watson)

Modelo	R	R cuadrado ^b	R cuadrado ajustado	Resumen del modelo ^{d,e}		Estadísticas de cambios				Durbin-Watson
				Error estándar de la estimación	Cambio de cuadrado de R	Cambio en F	df1	df2	Sig. Cambio en F	
1	,963 ^a	.928	.926	7.805	.928	373.777	1	29	.000	
2	,970 ^c	.940	.936	7.230	.012	5.804	1	28	.023	2.173

a. Predictores: SIZE

b. Para la regresión a través del origen (el modelo sin interceptación), R cuadrado mide la proporción de la variabilidad en la variable dependiente sobre el origen explicado por la regresión. Esto NO SE PUEDE comparar con el R cuadrado para los modelos que incluyen interceptación.

c. Predictores: SIZE, ROA

d. Variable dependiente: TOTALSCORE

e. Regresión lineal a través del origen

4.3 Interpretación del Modelo de Regresión Multivariante

El modelo de regresión multivariante utilizado para probar las hipótesis planteadas en el presente trabajo de investigación se deriva de la evaluación de la variable dependiente TOTALSCORE y las variables continuas independientes INDEPDIR (H1: proporción de directores independientes), SIZE (H3: tamaño de la empresa), ROA (H4: rentabilidad de la empresa), LEVERAGE (H5: apalancamiento financiero de la empresa), MOROSIDAD (H6: nivel de morosidad de la empresa) como las variables cualitativas independientes BIG4 (H2: empresa auditada por *Big-Four*) y GOBCORP (H7: empresa perteneciente al IBGC). Las variables que son significativas en el modelo son: SIZE (valor de $p=0,000$) y ROA (valor de $p=0,023$). Ambas tienen un impacto positivo en el segundo modelo de regresión por pasos obtenida del estadístico SPSS. Estos resultados tienen concordancia con los obtenidos respecto al tamaño de la empresa (SIZE) por los trabajos de investigación de Özsözgün et al. 2014; Martson & Polei, 2004; Pirchegger & Wagenhofer, 1999; Xiao et al., 2004; Bonsón & Escobar, 2006; Alonso, 2009; Gandía, 2008 y Gandía & Andrés, 2005. Por el lado de la variable ROA, se encuentra concordancia con los estudios de Xiao et al., 2004; Aly et al., 2009 y Gandía, 2008. Por tanto, las hipótesis aceptadas son la H3 y la H4, las cuales sostienen una relación positiva y significativa entre el grado de divulgación de información corporativa de las entidades financieras en estudio con su tamaño (medido a través de la capitalización bursátil) y el nivel de rentabilidad (medido a través del ROA) de la entidad financiera, respectivamente.

Por otro lado, se rechazan las demás hipótesis (H1, H2, H5, H6 y H7) debido a que no resultan concluyentes en el modelo de regresión, obteniendo valores de p mayores a 0.05.

4.4 Resumen

Con referencia a los resultados de la medición del índice de divulgación de las entidades de sector financiero peruano listadas en la BVL, se obtuvo una media de 27.16 y una desviación estándar de 8.219. Por tanto, se puede afirmar que la muestra presenta una alta dispersión de resultados de cumplimiento del instrumento de medición propuesto y la principal razón de divulgar información corporativa a través de las páginas web se concentra en el cumplimiento de la norma para la difusión de información al mercado de valores.

Como evidencia, al menos 28 de las 32 entidades cumplen con los requisitos obligatorios de difusión de información. Las empresas financieras peruanas listadas en la BVL que se encuentran en el primer cuartil de calificación del índice de divulgación en sus páginas web corporativas son el BBVA Continental, el Banco de Crédito del Perú, la Caja Sullana, el Banco de Comercio, el Banco Pichincha, Banco Azteca, Financiera Crediscotia y Financiera Credinka, todas con puntaje del índice de divulgación mayor o igual a 33.

Se realizaron dos tipos de análisis: de correlación y regresión múltiple con la finalidad de reportar la asociación, descripción e interpretación de la relación entre las variables independientes y el TOTALSCORE. Para ello, se consideró la realización de los siguientes procedimientos: (a) prueba de normalidad, (b) elaboración de la matriz de correlación (c) cálculo del modelo de regresión múltiple, (d) la prueba de hipótesis global, y (e) aplicar una verificación de los supuestos en el modelo de regresión seleccionado. De los resultados obtenidos se precisan que solo las correlaciones con un nivel de significancia menor a 0.05 son significativas, entonces las variables SIZE, ROA y MOROSIDAD con la variable dependiente TOTALSCORE obtuvieron correlaciones lineales significativas de +0.392 (p-valor=0,027), +0.432 (p-valor=0,014) y -0.423 (p-valor=0,020), respectivamente. Asimismo, para la construcción de la ecuación que describe el modelo de regresión lineal múltiple del presente trabajo de investigación, se utilizó la técnica de regresión por pasos. Como

resultado, el modelo de regresión lineal múltiple estimado para el presente trabajo de investigación es: $TOTALSCORE \text{ estimado} = 1.239 * SIZE + 158.597 * ROA$.

Para corroborar que el modelo de ecuación de regresión múltiple no presente disconformidades en sus resultados, se desarrollaron las cinco suposiciones necesarias para la regresión múltiple: (a) existe una relación lineal directa entre la variable dependiente y el conjunto de variables independientes; (b) homocedasticidad o igualdad de varianzas de los residuos por cada pronóstico; (c) los residuos siguen la distribución de probabilidad normal; (d) las variables independientes no deben estar correlacionadas; y (e) los residuos son independientes. Los resultados arrojaron que las suposiciones son válidas, por tanto los resultados esperados del modelo no son sesgados.

Por último, se interpretó los resultados que dan respuesta a las hipótesis planteadas en el trabajo de investigación, siendo aceptadas la H3 y la H4, las cuales sostienen una relación positiva y significativa entre el grado de divulgación de información corporativa de las entidades financieras en estudio con su tamaño (medido a través de la capitalización bursátil) y el nivel de rentabilidad (medido a través del ROA) de la entidad financiera, respectivamente.

Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

El propósito del trabajo de investigación fue identificar las relaciones existentes entre el índice de divulgación de información corporativa a través de las páginas web de las entidades financieras peruanas listadas en la Bolsa de Valores de Lima y los factores o variables vinculadas a estas entidades que influyen en dicho índice de divulgación. Para lograr esta finalidad, se realizó una investigación con enfoque cuantitativo y de diseño no experimental transeccional de alcance correlacional. Como etapa preliminar, a partir del análisis de contenido de las páginas web corporativas, se obtuvo un índice de divulgación para una muestra adecuada de 32 entidades financieras peruanas que listen en la BVL empleando el instrumento de medición desarrollados por Xiao et al. (2004). De esta manera, se obtuvo un ranking de las entidades mencionadas que permitió evaluar el grado de divulgación de dichas entidades financieras.

A partir de la revisión de la literatura, se seleccionó un conjunto de características propias de cada entidad financiera que el trabajo de investigación denominó variables independientes: (a) SIZE o tamaño de la empresa a través de su capitalización bursátil, (b) LEVERAGE o nivel de apalancamiento financiero, (c) INDEPDIR o proporción de directores independientes en sus juntas, (d) ROA o rentabilidad de la empresa, (e) MOROSIDAD o nivel de morosidad de la empresa, (f) GOBCORP si la entidad participa del índice S&P/BVL de Buen Gobierno Corporativo (IBGC); y, mediante análisis estadístico inferencial, se evaluó con el índice de divulgación o variable dependiente TOTALSCORE, cuáles de estas variables independientes posiblemente influyan en el grado de divulgación de las entidades financieras peruanas a través de sus páginas web corporativas. En este sentido, se realizaron tanto un análisis de correlación como un análisis de regresión multivariable entre las variables independientes y el índice de divulgación para identificar el nivel de relación y significancia

entre ellas con la finalidad de poner a prueba las hipótesis definidas en el Capítulo I de la presente investigación.

Ante ello, este trabajo de investigación buscó responder las siguientes preguntas: ¿cuál es el grado de divulgación de información corporativa a través de las páginas web de las entidades del sector financiero peruano listadas en la BVL? ¿Cuál es la posible relación entre el grado de divulgación de información corporativa de las entidades del sector financiero peruano listadas en la BVL con: (a) la proporción de directores independientes en sus juntas?, (b) ¿con la utilización de las firmas de auditoría internacionales que pertenecen a la clasificación *Big-Four*?, (c) ¿con el tamaño de la empresa?, (d) ¿con la rentabilidad de la empresa?, (e) ¿con el nivel de apalancamiento financiero de la empresa?, (f) ¿con el nivel de morosidad de la empresa?, y (g) ¿con las empresas que se encuentran dentro del IBGC? Las conclusiones fueron las siguientes:

1. Las entidades financieras peruanas listadas en la BVL que se encuentran en el primer cuartil de calificación del índice de divulgación a través de sus páginas web corporativas son: el BBVA Continental, el Banco de Crédito del Perú, la Caja Sullana, el Banco de Comercio, el Banco Pichincha, Banco Azteca, Financiera Crediscotia y Financiera Credinka. Todas estas entidades obtuvieron un puntaje mayor o igual a 33 puntos, siendo la media del índice de divulgación de 27.16. El 44% del total de la muestra obtuvieron una puntuación menor a la media.
2. De las entidades financieras que pertenecen al segmento de Banca Múltiple solo superan la media del índice de divulgación el 62.5% y con respecto a las Financieras, solo el 50%.
3. De acuerdo a los resultados de la investigación, se observa que la proporción de directores independientes en sus juntas no se relaciona con el grado de divulgación de información corporativa a través de las páginas web de las entidades del sector

financiero peruano listadas en la BVL. El promedio de la proporción de directores independientes de la muestra es 0.43.

4. Se encontró que el 81% de las entidades que conforman la muestra son auditadas por alguna de las firmas de auditoría internacionales que pertenecen a la clasificación *Big-Four*, es decir, 26 de las 32 entidades de la muestra fueron auditadas por KPMG (nueve entidades), EY (nueve entidades), PwC (seis entidades) y Deloitte (dos entidades). Sin embargo, de acuerdo a los resultados de la regresión lineal múltiple, no existe relación entre la utilización de esta información y el grado de divulgación.
5. De acuerdo a los resultados de la investigación se observa que el tamaño de la empresa basada en la capitalización bursátil (variable *SIZE*) tiene una relación positiva y significativa con el grado de divulgación de información corporativa a través de las páginas web de las entidades del sector financiero peruano listadas en la BVL.
6. Asimismo, se encontró que la rentabilidad de la empresa, calculado en base al ROA promedio de los últimos dos años (variable *ROA*), tiene una relación positiva y significativa con el grado de divulgación voluntaria de información corporativa a través de las páginas web de las entidades del sector financiero peruano listadas en la BVL.
7. No se encontró relación entre el nivel de apalancamiento financiero de la empresa (variable *LEVERAGE*) y el grado de divulgación voluntaria de información corporativa a través de las páginas web de las entidades del sector financiero listadas en la BVL.
8. De acuerdo a los resultados obtenidos, el nivel de morosidad de la entidad financiera (variable *MOROSIDAD*) tiene una correlación negativa y significativa con la variable *TOTALSCORE*, con un valor de -0.423 y un grado de significancia de 0,020. Sin

embargo, aplicando el método por pasos de regresión lineal múltiple, se determinó que no es un factor que influya en el grado de divulgación voluntaria de información corporativa a través de las páginas web de las entidades del sector financiero listadas en la BVL.

9. Se encontró que la variable GOBCORP, referida a la pertenencia de la entidad financiera a la calificación del índice S&P/BVL de Buen Gobierno Corporativo, no guarda una relación significativa con el grado de divulgación voluntaria de información corporativa a través de las páginas web de las entidades del sector financiero listadas en la BVL. En efecto, solo tres entidades de la muestra (BBVA Continental, Banco de Crédito del Perú e Interbank) están siendo medidas por dicho indicador.
10. Debido a que el coeficiente estandarizado para la variable SIZE ($\beta_1=0.862$) fue mayor que el coeficiente estandarizado para la variable ROA ($\beta_2=0.150$), se concluyó que la variable SIZE es la más importante e influyente para explicar el comportamiento de la variable dependiente TOTALSCORE en la ecuación de regresión lineal múltiple estimado, vale decir: $TOTALSCORE \text{ estimado} = 1.239*SIZE + 158.597*ROA$.

5.1.1 Contribuciones teóricas

En el Perú no existen por ahora estudios previos respecto a la identificación de relaciones existentes entre el índice de divulgación de información corporativa de las entidades financieras peruanas listadas en la BVL y los factores o variables vinculadas a estas entidades que influyen en dicho índice de divulgación, por mecanismos de difusión abierta como internet o más precisamente a través de las páginas web. En este sentido, la presente investigación tiene como principal contribución, sentar la base para realizar futuros estudios tanto en el sector financiero peruano como en otras industrias interesadas en conocer las

relaciones entre sus variables explicativas y su posible influencia de divulgación de información corporativa.

5.1.2 Contribuciones prácticas

Los resultados obtenidos en esta investigación contribuyen a iniciar una futura profundización del estudio de los factores que influyen en el grado de divulgación del sector financiero en el Perú. El tamaño de la empresa (variable SIZE), calculado en función a su capitalización bursátil del presente periodo 2018 y la rentabilidad de la entidad financiera (variable ROA) medido con respecto al indicador de retorno sobre activos promedio de los dos últimos ejercicios 2016 y 2018, son los factores con mayor probabilidad de impacto en las entidades financieras peruanas en aspectos que podrían estar relacionados más intuitivamente, sin embargo, se ha evidenciado en este trabajo que principalmente influyen en el grado de divulgación de información corporativa a través de las páginas web.

5.2 Recomendaciones

El presente trabajo de investigación presentó un modelo de regresión lineal que describe el comportamiento entre tres variables, una dependiente como es el índice de divulgación (TOTALSCORE) y dos variables independientes o explicativas que son el tamaño de la empresa (SIZE) y la rentabilidad de sus activos (ROA). En efecto, este modelo permitió pronosticar los posibles valores respecto al grado de divulgación de información corporativa a través de páginas web de las entidades en estudio. En definitiva, este resultado otorga de forma particular a las entidades financieras la posibilidad de realizar determinados ajustes en sus procesos con la finalidad de tomar decisiones para mejorar sus propósitos, sean financieros o de reputación corporativa. Ahora bien, en base a lo estudiado en el presente trabajo, se recomienda lo siguiente:

1. Promover este trabajo de investigación en otros sectores productivos o industrias del país, con la finalidad de determinar si existen otros factores adicionales que influyan tanto positiva como negativamente en el grado de divulgación corporativa.
2. Incrementar la muestra de entidades financieras peruanas para poder determinar si las variables significativas identificadas en el análisis de correlación pero rezagadas en el modelo de regresión multivariable, como es el caso de la variable MOROSIDAD, influyen en el grado de divulgación de información corporativa.
3. Analizar la dependencia entre el grado de divulgación y el tamaño de la empresa en otras industrias peruanas a fin de determinar si se mantiene la fuerte relación entre estas variables con la finalidad de hacer un llamado de atención a las empresas de menor tamaño para que incrementen sus esfuerzos por fomentar la divulgación de su información corporativa.
4. Incentivar a las entidades financieras que obtuvieron posiciones en el segundo y tercer cuartil a mejorar sus presentaciones de información tanto financieras como no financieras en sus páginas web corporativas ya que se encuentran alrededor de la media del índice de divulgación. Por otro lado, se deberá impulsar a las entidades pertenecientes al último cuartil a incrementar su grado de divulgación por cuanto son susceptibles de la confianza de sus *stakeholders*.
5. Debido a la identificación de la relación positiva entre el grado de divulgación y el tamaño de la empresa a través de su capitalización bursátil, se recomienda a las entidades financieras el fortalecimiento de las relaciones con sus inversionistas a través de información suficiente y oportuna que permita atraer nuevos actores que ayuden a incrementar el tamaño del negocio.
6. Divulgar mayor información no obligatoria por parte de las entidades financieras, como es el caso de publicar los precios históricos de sus acciones, los resultados de

las ventas de sus productos clave o las ganancias o previsión de ventas. Estas acciones que incrementan el grado de divulgación corporativa conllevará a mejorar las relaciones y garantizar la transparencia con los *stakeholders*.

7. Fomentar al sector financiero peruano que publiquen informes en línea tanto de su información financiera como no financiera a través de las páginas web con la finalidad de mejorar el proceso de la toma de decisiones de sus *stakeholders*.

5.2.1 Recomendaciones para futuras investigaciones

El presente trabajo de investigación tiene como propósito brindar una primera contribución teórica y práctica sobre la aplicación de una metodología que permita identificar las relaciones existentes entre el índice de divulgación de información corporativa a través de las páginas web de las entidades financieras peruanas listadas en la BVL y los factores o variables vinculadas a estas entidades que influyen en dicho índice de divulgación. La recolección de información para el trabajo de investigación se realizó en un lapso determinado entre los meses de septiembre y octubre del 2018; sin embargo, se recomienda la realización de un estudio de corte longitudinal, para evaluar cambios paulatinos tanto de contenido como de presentación, apoyado con el avance de la tecnología. Asimismo, se recomienda realizar una investigación adyacente en base a los informes corporativos y memorias anuales de las empresas del sector financiero con la finalidad de contrastar los factores que posiblemente influyen en el nivel de divulgación respecto a otros medios de información.

Por otro lado, se recomienda a las investigaciones futuras, realizar un estudio longitudinal que permita conocer de qué manera la variación del grado de divulgación de información corporativa influye en el tamaño de la empresa, en el nivel de rentabilidad de sus activos y en el nivel de morosidad.

Referencias

- Aguilar, G., Camargo, G., & Saravia, R. (2004). Análisis de la morosidad en el sistema bancario peruano. Instituto de Estudios Peruanos. Recuperado de <https://www.cies.org.pe/sites/default/files/investigaciones/analisis-de-la-morosidad-en-el-sistema-bancario-peruano.pdf>
- Alejos, C. (2015). Transparencia: fuente de confianza en la empresa. Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. *IESE Business School*, Universidad de Navarra. Recuperado de <https://www.iese.edu/Aplicaciones/upload/catedralacaixavol27.pdf>
- Alonso, M. (2009). Transparencia de las empresas para la confianza de los *stakeholders* a través de Internet: Un análisis empírico. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*. 22(38), 11-30. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v22n38/v22n38a02.pdf>
- Aly, D., Simon, J., Hussainey, K. (2010). Determinants of corporate internet reporting: evidence from Egypt, *Manegerial Auditing Journal*, 25(2), pp.182-202. Recuperado de <https://doi.org/10.1108/02686901011008972>
- Asociación de Bancos del Perú [ASBANC]. (2015). Asbanc semanal N°168, año 4, septiembre 2015. Recuperado de <http://www.asbanc.com.pe/Publicaciones/ASBANC%20Semanal%20168%20%20Solidez%20Sistema%20Bancario.pdf>
- Bank for International Settlements (2015). Principios de gobierno corporativo para Bancos. Recuperado de http://www.bis.org/bcbs/publ/d328_es.pdf
- Barako, D., Hancock, P. & Yzan, H. (2006). Factor Influencing Voluntary Corporate Disclosure by Kenyan Companies. *Corporate Governance: An International Review*,

14(2), 107-125. Recuperado de

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-8683.2006.00491.x>

Bartkus, B., Glassman, M., & McAfee, B. (2002). Do Large European, US and Japanese Firms Use Their Web Sites to Communicate Their Mission? *European Management Journal*, 20(4), 423. Recuperado de

<http://ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=7342624&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Bonsón, E., & Escobar, T. (2002). A Survey on Voluntary Disclosure on the Internet.

Empirical Evidence from 200 European Union Companies. *The International Journal of Digital Accounting Research*, 2(1), 27-51.

Briano, G., Rodríguez, L., (2012). Corporate Information Transparency on the Internet by Listed Companies in Spain (IBEX35) and Mexico (IPYC). *The International Journal of Digital Accounting Research* Vol. 12(1), 1 – 37. DOI: 10.4192/1577-8517-v12_1

Costa, J. P. (2013). La transparencia: concepto, evolución y retos actuales. *Revista de Contabilidad y Gestión*, (16), 11-27. Recuperado de

http://www.accid.org/revista/documents/La_transparencia._Concepto,_evolucion_y_retos_a.pdf

DeAngelo, L. (1981). Auditor size and audit quality. *Journal of Accounting and Economics* 3, 183–199. Recuperado de

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0165410181900021>

Debreceeny, R., Gray, G. & Rahman, A. (2002). The determinants of internet financial reporting, *Journal of Accounting & Public Policy*, 21(4), pp. 371-95. Recuperado de

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278425402000674>

- Debreceeny, R., Gray, G., Mock, T., (2001). Financial reporting websites: what users want in terms of form and content? *The International Journal of Digital Accounting Research*, 1(1), pp. 1-26. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/60634215.pdf>
- Desai, V., Xu, B., & Zeng, T. (2016). Local accounting firms' pricing responses to entry of the big four accounting firms into china. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 6(1), 50-68.
doi:<http://dx.doi.org.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/10.1108/JAEE-06-2013-0030>
- EY Global Financial Accounting Advisory Services group (2015). Are you prepared for corporate reporting's perfect storm? Why trusted relationships, innovative technology and world-class talent matter. Recuperado de [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-are-you-prepared-for-corporate-reportings-perfect-storm/\\$FILE/EY-are-you-prepared-for-corporate-reportings-perfect-storm.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-are-you-prepared-for-corporate-reportings-perfect-storm/$FILE/EY-are-you-prepared-for-corporate-reportings-perfect-storm.pdf)
- Gandía, J. & Andrés, T. (2005). e-Gobierno Corporativo y Transparencia Informativa en las Sociedades Cotizadas Españolas: Un Estudio Empírico. Comisión Nacional Del Mercado De Valores. 8. 1-47. Recuperado de https://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/MONOGRAFIAS/MON2005_8.PDF
- Gandía, J. (2008) Determinants of internet based corporate governance disclosure by Spanish listed companies, *Online Information Review*, 32(6), pp.791-817. Recuperado de <https://doi.org/10.1108/14684520810923944>
- García-Zozaya, P., & Fullana, C., (2015). El Informe Integrado como Herramienta de Transparencia e Información de las Empresas Cotizadas. Madrid
- Haro, A., Alarcón, F., & Caba, M. (2012). Los determinantes de la divulgación de información sobre responsabilidad social corporativa en el sector financiero: El caso Español. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y*

Reflexión, XX (1), 189-205. Recuperado de
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90924279012>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación.

México, D.F., McGraw-Hill Education, 2014.

[https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-are-you-prepared-for-corporate-reportings-perfect-storm/\\$FILE/EY-are-you-prepared-for-corporate-reportings-perfect-storm.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-are-you-prepared-for-corporate-reportings-perfect-storm/$FILE/EY-are-you-prepared-for-corporate-reportings-perfect-storm.pdf)

Inchausti, B. (1997). The influence of company characteristics and accounting regulation on information disclosed by Spanish firms. *The European Accounting Review*, 6, 45-68.

Recuperado de

<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/096381897336863?needAccess=true>

Ismail, T. (2002). An empirical investigation of factors influencing voluntary disclosure of financial information on the internet in the GCC countries. Recuperado de

<http://ssrn.com/abstract1/4420700>

Jaggi, B., y Low, P. (2000). Impact of culture, market forces and legal system on financial disclosures. *The International Journal of Accounting*, 35, 495-519. Recuperado de

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=56747B0776185A4F8DC4390061455DC8?doi=10.1.1.466.9833&rep=rep1&type=pdf>

Jopen, G. (2013). Poder de mercado, intermediación financiera y banca: un enfoque de organización industrial. *Economía*, 36(71), 75-106. Recuperado de

<http://ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=102928512&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Ley N° 26702. Diario Oficial El Peruano, Lima, Perú, 06 de diciembre de 1996.

Lind, D., Marchal, W. & Wthen, S. (2015). Estadística aplicada a los negocios y la economía.

México, D.F., McGraw-Hill Education, 2015.

- Lizarzaburu, E., & del Brio, J. (2016). Responsabilidad Social Corporativa y Reputación Corporativa en el sector financiero de países en desarrollo. *GCG: Revista de Globalización, Competitividad & Gobernabilidad*, 10(1), 42–65.
<https://doi.org/10.3232/GCG.2016.V10.N1.02>
- López, M., Ríos, M., & Cárdenas, L. (2018). Competencia, inclusión y desarrollo del sistema financiero en México. *Investigación Administrativa*, 47(121), 94-115. Recuperado de <http://www.redalyc.org/jatsRepo/4560/456054552001/index.html>
- López-Quesada, E. (2013). El gobierno corporativo y el modelo de resultado global (Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España). Recuperado de <https://eprints.ucm.es/22422/1/T34681.pdf>.
- Morales-Parada, F. (2012). Análisis de la diversidad en la información empresarial divulgada por Internet. Evidencia empírica en empresas europeas y latinoamericanas. *Innovar*, 22(44), 79-90. Recuperado de <http://ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.9b1ff870b63540e894a81ed0165e89f4&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Nevado, M., Gallardo, D. Sánchez, M. (2016). Análisis del grado de divulgación de información sobre responsabilidad social en las webs de los principales municipios extremeños. *Auditoría pública: revista de los Órganos Autónomos de Control Externo*, 67, 77-92. Recuperado de <http://asocex.es/wp-content/uploads/PDF/Auditoria%20Publica%2067%20pag%2077-92.pdf>
- Organization for Economic Co-Operation and Development, 2004. OECD Principles of Corporate Governance. Recuperado de <http://www.oecd.org/corporate/ca/corporategovernanceprinciples/31557724.pdf>

- Özsözgün, A., & Güler, H. (2014). Corporate Reporting on the Internet: An investigation on Turkish listed companies. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi*, 36(2), 251-274. Doi: 10.14780/iibd.21098
- Redondo, H. (2013). Las tendencias en información corporativa en los mercados. *Estrategia Financiera*, 304, 54-57.
- Rivera-Arrubla, J., Zorio-Grima, A., & García-Benau, M. (2016). EL concepto de Informe Integrado como Innovación en *Reporting* Corporativo. *Journal of Innovation & Knowledge*. 1(3). 144-155. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.01.016>
- Rodriguez, K. (2012). Sistema Financiero Peruano. *Actualidad Empresarial*, (265). Recuperado de http://www.aempresarial.com/servicios/revista/265_9_KLHHWEYODZXIJWLUQC_GUXCBK SZOMA EPLPX SMBRAFRXNBTZVJCB.pdf
- Rodríguez, L., Gallego, I. & García, M. (2010). Determinantes de la divulgación voluntaria de información estratégica en internet: un estudio de las empresas españolas cotizadas. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(1), 9-26. Recuperado de http://www.academia.edu/35226935/Determinantes_de_la_divulgaci%C3%B3n_voluntaria_de_informaci%C3%B3n_estrat%C3%A9gica_en_internet_un_estudio_de_las_empresas_cotizadas
- Sobre el índice de buen gobierno corporativo. (s.f.). Recuperado de <https://www.bvl.com.pe/ipgc/suplemento.pdf>
- Uyar, A. (2012). Determinants of corporate reporting on the internet: An analysis of companies listed on the Istanbul Stock Exchange (ISE). *Managerial Auditing*
- Watts, R. & Zimmerman, J. (1986). *Positive Accounting Theory*. Prentice-Hall, Englewoods, Cliffs, NJ *Journal*, 27(1), 87-104. Recuperado de <https://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/02686901211186117>

Xiao, J., Yan, He & Chow, C. (2004). The determinants and characteristics of voluntary internet-based disclosures by listed Chinese companies. *Journal Of Accounting & Public Policy*, 23(3), 191-255. Doi:10.1016/j.jaccpubpol.2004.04.002



Apéndice A: Descripción de Variables de Contenido Financieras

Descripción	Definición de la variable / alcance y ubicación
Variables de Contenido	
Variables financieras	
V1 Informe trimestral del año actual	Informe trimestral del año actual. El alcance que deberá contener serán los resultados publicados al 31 de Marzo y al 30 de Junio del 2018
V2 Informe trimestral de años pasados	Informe trimestral de años anteriores. El alcance que deberá contener serán los resultados publicados al 31 de Marzo y al 30 de Junio del 2017, 2016 y 2015
V3 Informe semestral del año actual	Informe semestral del año actual. El alcance que deberá contener serán los resultados publicados al 30 de Junio del 2018
V4 Informe semestral de los últimos años	Informe semestral de años anteriores. El alcance que deberá contener serán los resultados publicados al 30 de Junio del 2017, 2016 y 2015
V5 Informe anual del año en curso (texto completo)	Informe o memoria anual completa del año actual. El alcance que deberá contener será la información publicada al 30 de Junio del 2018.
V6 Informe anual de años anteriores (texto completo)	Informe o memoria anual de años anteriores. El alcance que deberá contener será la información publicada al 31 de diciembre del 2017, 2016 y 2015
V7 Informe anual del año actual (extracto)	Informe resumen de resultados e indicadores financieros publicados al 30 de Junio del 2018.
V8 Informe anual de años pasados (extracto)	Informe resumen de resultados e indicadores financieros publicados al 30 de Junio de los años 2017, 2016 y 2015.
V9 Firma del CEO o Gerente General en el informe	Firma digital del CEO o Gerente General de la empresa ubicado en la memoria anual.
V10 Informe del auditor del año actual	Informe del auditor del año actual. Del informe Estado Financiero y Dictamen del 2018, ubicar dentro de la memoria

	anual el capítulo del Dictamen de Auditor.
V11 Informe de auditor de años anteriores	Informe de auditor de años anteriores. Del informe Estado Financiero y Dictamen de los años 2017, 2016 y 2015, ubicarlo dentro de la memoria anual el capítulo de Dictamen de Auditor.
V12 Firma del auditor en el informe del año actual	Firma digital del Auditor Líder. Del informe Estado Financiero y Dictamen del 2018, ubicarlo dentro de la memoria anual el capítulo de Dictamen de Auditor.
V13 Firma del auditor en años pasados	Firma digital del Auditor Líder de años anteriores. Del informe Estado Financiero y Dictamen de los años 2017, 2016 y 2015, ubicarlo dentro de la memoria anual el capítulo de Dictamen de Auditor.
V14 Balance del año actual	Estado de situación financiera del año actual. El alcance será los resultados publicados al 30 de Junio del 2018.
V15 Balance de años pasados	Estado de situación financiera de años anteriores. El alcance será los resultados publicados al 31 de diciembre de los años 2017, 2016 y 2015.
V16 Estado de resultados del año actual	Estado de ganancias y pérdidas del año actual. El alcance será el estado de resultados al 30 de Junio del 2018
V17 Estado de resultados de los últimos años	Estado de ganancias y pérdidas de años anteriores. El alcance será el estado de resultados publicados al 31 de diciembre de los años 2017, 2016 y 2015.
V18 Estado de flujo de efectivo del año actual	Estado de flujo de efectivo del año actual. El alcance serán los resultados publicados al 30 de Junio del 2018
V19 Estado de flujo de efectivo de los últimos años	Estado de flujo de efectivo de años anteriores. El alcance serán los resultados publicados al 31 de diciembre de los años 2017, 2016 y 2015.
V20 Notas a los estados financieros del año en curso	Notas a los estados financieros del año actual. El alcance serán los resultados publicados al 30 de Junio del 2018
V21 Notas a los estados financieros de los últimos años	Notas a los estados financieros de años anteriores. El alcance serán los resultados publicados al 31 de diciembre de los años 2017, 2016 y 2015

V22	Informe / análisis de gestión en el año actual	Informe de gestión o informe de gerencia con información publicada al 30 de Junio del 2018
V23	Suplemento o enmienda al informe anual del año en curso	Documento adicional o fe de erratas anexada a la memoria anual. El alcance será la información publicada al 30 de Junio del 2018
V24	Informe segmentario por línea de negocio en el año actual	Reporte de gerencia o para inversionistas por línea de negocio. El alcance será el reporte de gestión con información publicada al 30 de Junio del 2018
V25	Informe segmentario por región en el año actual	Reporte de gerencia o para inversionistas por región. El alcance será el reporte de gestión con información publicada al 30 de Junio del 2018
V26	Los 10 principales accionistas en el año actual	Principales accionistas en el año actual o en el año 2017. El alcance será el reporte de gestión con información publicada hasta el 30 de Junio del 2018
V27	Resumen de ratios clave durante un período de al menos 3 años	Resumen de Ratios de liquidez, de solvencia, rentabilidad y de gestión. El alcance será ubicarlo en la memoria anual o informes de gestión con información publicada al 31 de diciembre del 2017, 2016 y 2015.
V28	Resumen de datos financieros durante un período de al menos 3 años	Resumen de datos financieros (datos del balance general, cuenta P & L, como ventas, activos netos, etc.) dentro de los años 2017, 2016 y 2015.
V29	Resoluciones del año pasado de la junta de accionistas	Acta de reunión, acuerdos o resolución de la junta de accionistas desarrolladas durante los periodos 2017, 2016 y 2015.
V30	Resoluciones del año pasado del Consejo de Administración o Directorio	Acta de reunión, acuerdos o resolución de la junta del Directorio de la empresa desarrollada durante los periodos 2017, 2016 y 2015.
V31	Resoluciones del año pasado del Consejo de Supervisión	No aplica
V32	Hechos de Importancia del año pasado	Documento exclusivo de Hechos de Importancia en el 2017.

V33 Bases GAAP en el presente año	No aplica. Las Normas de Información Financiera (NIF) sirven de guía contable para formular criterios referidos a la medición del patrimonio y a la información de los elementos patrimoniales y económicos de un ente. Este conjunto de reglas son revisadas durante las Auditorías Contables. Se deberá ubicar dentro de los informes de Auditoría.
V34 Cambios en el capital contable en el año en curso	Cambios en el capital contable en el año en curso
V35 Carta de empresa en el año actual	Una carta de empresa incluye la información básica sobre una empresa sobre los fundadores de la empresa, la ubicación, el tipo de empresa y el nombre de la empresa. También describe la misión de la compañía, establece un consejo de administración y la distribución de acciones de la compañía. Se deberá ubicar al inicio de toda página web (descripción de la empresa).
V36 Resoluciones del año actual de la junta de accionistas	Acta de reunión, acuerdos o resolución de la junta de accionistas del año 2018.
V37 Resoluciones del año actual del Consejo de Administración o Directorio	Acta de reunión, acuerdos o resolución de la junta del Directorio del año 2018.
V38 Resoluciones del año actual del Consejo de Supervisión	No aplica
V39 Hechos de Importancia del año actual	Documento exclusivo de Hechos de Importancia en el 2018.

Apéndice B: Descripción de Variables de Contenido No Financieras

Descripción	Definición de la variable / alcance y ubicación
Variables de Contenido	
Variables No Financieras	
V40 Precios históricos de las acciones	Ubicarlo en la pestaña Histórico de Cotizaciones de la página web de la Bolsa de Valores de Lima.
V41 Rendimiento del precio de las acciones en relación con el índice bursátil	Como se comporta el precio de la acción con el Índice General o el Índice Selectivo de la Bolsa de Valores de Lima.
V42 Ventas de productos clave	Ventas en resultados monetarios, cuánto vendo por tipo de producto clave del año en curso o año anterior. Ubicarlo en la memoria anual o informes gerenciales del año en curso o año anterior.
V43 Cuota de mercado de productos clave	Participación de mercado de los productos clave de la empresa del año en curso o año anterior.
V44 Ganancias o previsión de ventas	Proyección de las ganancias o proyección de ventas del año en curso. Ubicarlo en los informes gerenciales del año en curso.
V45 Comunicados de prensa actuales o noticias	Comunicados respecto a noticias vinculadas con la gestión de la empresa financiera.
V46 Precio actual de la acción	Ubicarlo en la pestaña Histórico de Cotizaciones de la página web de la Bolsa de Valores de Lima.
V47 Calendario financiero	Cronograma de actividades donde precisen fechas programadas sobre qué día pagan los bonos, qué fechas presentan los estados financieros.
V48 Información sobre la última actualización de la página web corporativa.	Periodo de última actualización de página web corporativa de la empresa.
V49 Venta mensual o semanal o datos operativos	

V50	Correo electrónico a las relaciones con los inversores	Descripción del correo electrónico para atención a inversionistas.
V51	Número de teléfono para las relaciones con los inversores	Descripción del número telefónico para atención a inversionistas.
V52	Dirección postal a las relaciones con los inversores	Descripción de la dirección postal para atención a inversionistas.
V53	Páginas web en inglés	Enlace donde traduzca el contenido de la página web en inglés.
V54	Nota sobre traducción de idiomas y auditoría	Documento informativo que certifique la traducción de idiomas y auditoría.
V55	Preguntas frecuentes	Enlace donde presente las preguntas frecuentes y sus respuestas.
V56	Aviso Legal	Enlace donde presente el Aviso Legal de la página web corporativa indicando: términos de uso, política de privacidad y condiciones de contratación.
V57	Enlace a la página web de la SMV o BVL	Enlace que direcciona a las páginas web de la SMV o BVL.

Apéndice C: Descripción de Variables de Formato de Presentación


Descripción	Definición de la variable / alcance y ubicación
Variables de Presentación	
V58 Texto único alternativo disponible	Es un texto asociado con una imagen que sirve para transmitir la misma información que la imagen.
V59 Hipervínculos dentro del informe anual	Hipervínculos dentro del informe anual.
V60 Datos financieros en formato procesable (como Excel)	Datos financieros en formato procesable en MS Office.
V61 Informe anual en formato PDF	Informe anual del año actual o años anteriores en formato PDF.
V62 Informe anual en formato HTML.	Informe anual en formato HTML.
V63 Sala de chat	Sala de chat dentro de la página web corporativa.
V64 Imágenes gráficas	Muestra gráficos relacionados a la empresa en la página web. Página web dinámica.
V65 Flashes	Flash es un software originalmente diseñado para crear animaciones que se pueden usar en páginas web.
V66 Archivos de sonido	Audios de noticias de interés corporativo.
V67 Archivos de video	Videos de noticias de interés corporativo.
V68 Información de ayuda	Enlace donde direcciona al portal Información de Ayuda al Usuario de la página web corporativa.
V69 Tabla de contenido / mapa del sitio	Enlace donde direcciona a la Tabla de Contenido de la página web corporativa.
V70 Presiona el menú	Menú desplegable de contenido con la sola sobreposición del cursor.
V71 Menú de clic	Menú desplegable de contenido haciendo clic a la opción buscada.
V72 Motor de búsqueda interno	Buscador de la página web corporativa.

V73	Botones Siguiente / Anterior para navegar secuencialmente	Botones Siguiente / Anterior para navegar secuencialmente en la página web corporativa.
V74	Hipervínculo de correo electrónico directo a las relaciones con los inversores	Hipervínculo de correo electrónico directo a las relaciones con los inversores.
V75	Servicio de orden de información de inversionistas en línea	Servicio de orden de información de inversionistas en línea.
V76	Lista de correo	Lista de correo de principales ejecutivos de la empresa.
V77	Libro de notas	
V78	Contacto con el <i>webmaster</i>	Contacto con el Administrador de la página (<i>webmaster</i>)
V79	Uso de <i>frames</i>	No aplica. La técnica de los <i>frames</i> ha sido una de las más empleadas a la hora de construir páginas web, debido a la facilidad que tiene para crear ventanas independientes en las que cargar páginas a partir de menús. Hasta la introducción de HTML dinámico fue la única herramienta de que disponíamos para estos fines. Sin embargo, el uso de <i>frames</i> es una técnica ya obsoleta que se utilizaba sobre todo antes de la llegada de las conexiones ADSL.
V80	Un clic para llegar a la información de las relaciones con los inversores	Direccionamiento en un solo paso o un clic para acceder a la información de las relaciones con los inversores.
V81	Un clic para acceder a comunicados de prensa o noticias	Direccionamiento en un solo paso o un clic para acceder a comunicados de prensa o noticias.
V82	Límites transparentes para informes anuales	No aplica. Se parte de la premisa de que la información financiera se está obteniendo de los Informes Financieros Auditados obtenidos en la página web de la SMV.





Apéndice D: Correos Electrónicos de Autorización de Uso del Instrumento de Medición de Xiao et al. (2004)


Jason Xiao <Xiao@cardiff.ac.uk> lun., 1 oct. 1:13 ☆ ↶ ⋮
 para mí ▾

🌐 inglés ▾ > español ▾ Traducir mensaje Desactivar para: inglés ✕

Dear Erick, thanks for being interested in our research. You can cite our model of course. The items in the disclosure index in Table 1 are self-explaining. Best wishes. Jason

From: Chee Chow <chow@sdsu.edu>
Sent: 14 September 2018 00:17
To: ERICK EDU PORTUGUEZ NASSI
Cc: Jason Xiao
Subject: Re: Information for an MBA student from Perú

Dear Erick:

I am happy to share the model and variable measures with you. However, I am long retired and you need to contact my coauthor, Professor Jason Xiao, for his approval as well as the needed information. (Xiao@Cardiff.ac.uk) Best of luck in your research.

On Thu, Sep 13, 2018 at 2:33 PM, ERICK EDU PORTUGUEZ NASSI <erick.portuguez@pucp.edu.pe> wrote:

Dear Professor Chow, mi name is Erick Portuguez, an MBA student from Peru. I am doing a research work on corporate transparency in the banking sector in my country, and I would like to use your model published in its article: "The determinants and characteristics of voluntary Internet-based disclosure by listed Chinese companies (2004)".

First of all, I wanted to request your authorization to be able to use your model as a basis for my research and second, if the answer is positive, request the definition of each of the 82 disclosure items used to measure transparency.

Having this information will be of great help to me in order to carry out my research and it will be a great contribution for my country.

Here is the web page of my university: <http://centrum.pucp.edu.pe/>

If you have any question, please let me know.

Thanks in advance.

Erick Portuguez Nassi

Apéndice E: Ranking de las Entidades Financieras según el Índice de Divulgación

N°	Nombre de la Empresa	Tipo de Operación	TOTALSCORE	%
1	BBVA Banco Continental	Banca Múltiple	42	51.2%
2	Banco de Crédito del Perú	Banca Múltiple	38	46.3%
3	CMAC Sullana	CMAC	37	45.1%
4	Banco de Comercio	Banca Múltiple	35	42.7%
5	Banco Pichincha	Banca Múltiple	33	40.2%
6	Banco Azteca	Banca Múltiple	33	40.2%
7	Financiera Crediscotia	Financiera	33	40.2%
8	Financiera Credinka	Financiera	33	40.2%
9	Scotiabank Perú	Banca Múltiple	32	39.0%
10	Banco Ripley	Banca Múltiple	31	37.8%
11	Mitsui Auto Finance Perú	Financiera	31	37.8%
12	MiBanco	Banca Múltiple	30	36.6%
13	Financiera Proempresa	Financiera	30	36.6%
14	Financiera Efectiva	Financiera	29	35.4%
15	Edpyme Inversiones La Cruz	EDPYMES	29	35.4%
16	Interbank	Banca Múltiple	28	34.1%
17	Banco Interamericano de Finanzas	Banca Múltiple	28	34.1%
18	CRAC Los Andes	CRAC	28	34.1%
19	Banco GNB Perú	Banca Múltiple	27	32.9%
20	Banco Santander Perú	Banca Múltiple	26	31.7%
21	Citibank Perú	Banca Múltiple	25	30.5%
22	Compartamos Financiera	Financiera	25	30.5%
23	Financiera Uno	Financiera	25	30.5%
24	Banco Falabella	Banca Múltiple	24	29.3%
25	Financiera TFC	Financiera	24	29.3%
26	Edpyme Santander Consumer Perú	EDPYMES	24	29.3%
27	ICBC Perú Bank	Banca Múltiple	23	28.0%
28	Financiera Qapaq	Financiera	22	26.8%
29	Financiera Confianza	Financiera	21	25.6%
30	Caja Arequipa	CMAC	16	19.5%
31	Banco Cencosud	Banca Múltiple	6	7.3%
32	Edpyme GMG Servicios Perú	EDPYMES	1	1.2%



Apéndice F: Puntuación del análisis de contenido de las Entidades Financieras

Clasificación	Banco de Crédito del Perú	BBVA Banco Continental	Scotiabank Perú	Interbank	Banco Interam. de Finanzas	Mi Banco	Banco Pichinc.	Citi Perú	Banco Santander Perú	Banco GNB Perú	Banco Falab.	Banco Ripley	Banco de Comercio	Banco Cencosud	ICBC Perú Bank	Banco Azteca
Variables dependientes																
TOTALSCORE	38	42	32	28	28	30	33	25	26	27	24	31	35	6	23	33
CONTENT	28	26	22	20	20	20	26	20	19	18	17	27	27	2	18	27
FORMAT	10	16	10	8	8	10	7	5	7	9	7	4	8	4	5	6
VARFIN	23	19	19	17	17	18	21	17	16	15	15	22	22	0	17	22
VARNOFIN	5	7	3	3	3	2	5	3	3	3	2	5	5	2	1	5
Variables independientes																
BIG4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
GOBCORP	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SIZE	24.64	23.79	23.83	23.42	20.47	22.07	19.36	19.91	19.98	20.06	20.02	19.35	19.34	19.10	19.51	18.57
ROA	0.02	0.02	0.02	0.02	0.03	0.03	0.00	0.02	0.01	0.01	0.02	0.03	0.02	0.01	-0.01	0.01
LEVERAGE	0.88	0.90	0.87	0.90	0.93	0.87	0.91	0.80	0.87	0.88	0.84	0.82	0.86	0.77	0.85	0.74
INDEPDIR	0.58	0.11	0.50	0.70	0.57	0.33	0.45	0.33	0.43	0.13	0.43	0.29	1.00	0.25	0.20	0.14
MOROSIDAD	2.94	3.19	3.32	2.70	3.12	5.43	3.83		0.88	3.00	7.87	3.53	3.48	6.43		9.48

Clasificación	Crediscotia	Compartamos Financiera	Financiera Confianza	Finan Uno	Finan. Credinka	Finan. TFC	Finan. Efectiva	Mitsui Auto	Proempra	Finan. Qapac	C. Arequ.	C.Sullana	C. Los Andes	Inversiones La Cruz	GMG Servicios Perú	Santander Consum
---------------	-------------	------------------------	----------------------	-----------	-----------------	------------	-----------------	-------------	----------	--------------	-----------	-----------	--------------	---------------------	--------------------	------------------

er Perú																
Variables dependientes																
TOTALSCORE	33	25	21	25	33	24	29	31	30	22	16	37	28	29	1	24
CONTENT	25	18	20	19	26	17	24	23	22	16	11	27	23	24	1	21
FORMAT	8	7	1	6	7	7	5	8	8	6	5	10	5	5	0	3
VARFIN	21	15	17	17	23	14	21	19	19	14	7	21	20	19	0	18
VARNOFIN	4	3	3	2	3	3	3	4	3	2	4	6	3	5	1	3
Variables independientes																
BIG4	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1
GOBCORP	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SIZE	20.22	19.48	19.78	19.33	19.54	18.33	18.64	18.87	17.30	18.23	19.82	19.23	17.51	18.04	18.04	18.23
ROA	0.04	0.02	0.01	0.04	-0.01	0.00	0.04	0.04	0.01	0.00	0.02	0.01	0.01	0.08	-0.05	0.01
LEVERAGE	0.82	0.83	0.84	0.79	0.85	0.91	0.73	0.65	0.82	0.80	0.88	0.90	0.86	0.36	0.83	0.85
INDEPDIR	0.29	0.50	0.67	0.29	0.43	0.29	0.78	0.50	0.20	0.43	0.43	0.57	0.40	0.80	0.50	0.10
MOROSIDAD	6.37	4.02	3.11	4.82	3.74	5.79	3.43	13.05	7.52	8.07	4.99	13.53	6.49	5.85	22.94	4.77