

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



CENTRUM PUCP
GRADUATE BUSINESS SCHOOL

Índice de Transparencia Corporativa Aplicado al Sector Agroindustrial

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER EN
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS**

OTORGADO POR LA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

PRESENTADA POR

Elba Luz Aguirre Herrera

Luis Elmer Calixto Vergara

Gavi Graciela Gil Gutiérrez

Jaime Javier Emiliano Vila Moretti

Asesor: Luciano Barcellos de Paula

Surco, febrero 2019

Agradecimientos

A nuestro asesor, Luciano Barcellos, por su constante apoyo y guía durante la realización de la presente investigación.

A cada uno de los profesores de CENTRUM Católica que han contribuido de manera enriquecedora en nuestro desarrollo profesional.

A cada uno de nuestros amigos y compañeros de clase por compartir su profesionalismo y experiencias que enriquecieron nuestros conocimientos.

A nuestras familias por apoyarnos incondicionalmente y ser los motores de este gran logro.



Dedicatorias

A Dios por brindarme la oportunidad de seguir creciendo como persona y profesional, a mi mamá Ada, a mi hermana Mariela, a mi esposo Oscar, a mis hijos Braulio y Alonso, por haberme apoyado incondicionalmente en este largo pero gratificante camino y por inspirarme a ser mejor persona cada día.

Elba Aguirre

A Dios mi creador y a mis padres Porfirio y Mercedes por ser su instrumento de amor y sabiduría.

Luis Calixto

A Dios por bendecir mi hogar y ser mi fortaleza, a mi querido esposo por su apoyo y comprensión, a mi pequeña sobrina Flaviana que me ha inspirado con su constancia y lucha por conseguir sus objetivos, a todo mi equipo de trabajo por el arduo trabajo y compartir conmigo su profesionalismo. A todos y cada uno de mis profesores que han contribuido en nuestro desarrollo profesional les dedico este trabajo.

Gavi Gil

A mis padres Jaime y Nancy y mis hermanos Alessandro y Francesca por haberme motivado a dar lo mejor de mí durante toda mi vida.

Jaime Vila

Resumen Ejecutivo

Durante las últimas décadas a raíz del crecimiento macroeconómico y los diferentes actos no éticos tanto a nivel mundial como en el Perú, se crea la necesidad de encontrar un mecanismo que permita determinar la transparencia corporativa a través de la divulgación de información. En ese sentido, la presente investigación tiene como propósito principal construir una herramienta de medición de transparencia corporativa aplicado a la realidad peruana. Para la creación del índice de transparencia se utilizó la metodología propuesta por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (con sus siglas en inglés OCDE), la definición de sus componentes se soporta de investigaciones previas y modelos referentes.

El resultado de la aplicación del modelo demuestra que el índice de transparencia corporativa del sector agroindustrial tiene un nivel de transparencia bajo con una puntuación de 42.6. Adicionalmente la presente investigación demuestra que si es factible desarrollar un índice de transparencia corporativa aplicado a cualquier sector, existiendo una relación entre el índice de transparencia corporativa y sus dimensiones. Por lo tanto, el uso de esta herramienta puede ser aplicado a cualquier sector económico peruano y los resultados servirán para investigaciones futuras relacionadas principalmente con el análisis de las empresas de otros países.

Abstract

During the last decades, as a result of macroeconomic growth and different non-ethical acts both globally and in Peru, the need to create a mechanism to determine corporate transparency through the disclosure of both voluntary and mandatory information according to the type of company and the ownership structure. Accordingly, the main purpose of this research is to build a measurement tool for Corporate Transparency applied to the Peruvian reality. The methodology for the creation of the transparency index will be the Organization for Economic Co-operation and Development (With its acronym in English OCDE), based on the contributions of previous research, the components of the corporate transparency index were determined.

The result of the investigation shows that the corporate transparency index of the agroindustrial sector is low rating scale of 42.6. Additionally this investigation show that is feasible to develop a corporate transparency index applied to any sector, there is a relationship between the corporate transparency index and its dimensions. Therefore, the use of this tool can also be applied to any Peruvian economic sector and the results will be useful for future research related mainly to the analysis of companies from other countries.

Tabla de Contenidos

Lista de Tablas	vi
Lista de Figuras.....	vii
Capítulo I: Introducción	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.2. Definición del Problema.....	6
1.3. Propósito de la Investigación.....	6
1.4. Importancia de la Investigación.....	6
1.5. Naturaleza de la Investigación.....	7
1.6. Definiciones Operacionales.....	8
1.10. Supuestos de la Investigación	14
1.11. Limitaciones de la Investigación.....	14
1.12. Delimitación de la Investigación.....	14
1.13. Resumen del Capítulo	15
Capítulo II: Revisión de la Literatura	16
2.1. Mapa de la Literatura y sus Relaciones	16
2.2. Transparencia Corporativa en el Mundo	16
2.2.1. Transparencia en Latinoamérica	18
2.2.2. Transparencia en Norte América	21
2.2.3. Transparencia en Europa.....	22
2.3. Alcance de la Transparencia Corporativa.....	23
2.4. Investigaciones Previas de Transparencia Corporativa	24
2.5. Modelos Referentes de Transparencia Corporativa.....	24
2.5.1. Modelo de Chile.....	25
2.5.2. Modelo de Hong Kong y Singapur	25

2.5.3. Modelo de Europa.....	26
2.5.4. Modelo de Fiji.....	26
2.5.5. Modelo de Colombia.....	27
2.5.6. Modelo de Estados Unidos	29
2.6. Resumen del Capítulo.....	30
2.7. Conclusiones.....	31
Capítulo III: Metodología	32
3.1. Diseño de la Investigación.....	32
3.2. Conveniencia del Diseño	32
3.3. Población y Muestra	33
3.4. Perfil de la Muestra.....	33
3.5. Recolección de Datos	35
3.6. Instrumento de Investigación.....	36
3.7. Metodología para la Creación del Modelo	36
3.7.1. Conceptos.....	37
3.7.2. Construyendo el modelo	37
3.7.3. Calibración del modelo	38
3.7.4. Procesos estadísticos.....	39
3.7.5. Consistencia y robustez.....	40
3.7.6. Análisis y hallazgos	41
3.8. Resumen	41
Capítulo IV: Propuesta de Índice de Transparencia Corporativa.....	42
4.1. Modelo Propuesto de Índice de Transparencia Corporativa	42
4.2. Componentes del Modelo Propuesto	44
4.3. Definición de las Dimensiones	44

4.3.1.	Dimensión de información estratégica.....	45
4.3.2.	Dimensión de información financiera.....	46
4.3.3.	Dimensión de responsabilidad social corporativa.....	46
4.3.4.	Dimensión social.....	48
4.4.	Formulación.....	48
4.5.	Ponderación	49
4.6.	La Valoración de Dimensiones / Factores de Medición.....	49
4.7.	Escala de Calificación	51
4.8.	Validez y Confiabilidad.....	51
4.8.1.	Análisis de confiabilidad.....	52
4.8.2.	Análisis de correlación de coeficientes.....	53
4.8.3.	Prueba de homocedasticidad.....	53
4.8.4.	Prueba de normalidad	54
4.8.5.	Prueba de multicolinealidad.....	55
4.9.	Resumen	55
Capítulo V: Presentación y Análisis de Resultados		61
5.1.	Sector Agroindustrial en Perú.....	61
5.1.1.	Situación general del sector agroindustrial en el Perú.....	61
5.1.2.	Clasificación de empresas del sector agroindustrial	63
5.1.3.	Desarrollo del comercio exterior del sector agroindustrial	63
5.2.	Resultado del Índice de Transparencia Corporativa aplicado al Sector Agroindustrial	65
5.2.1.	Resultado general del ITC	65
5.2.2.	Resultado del ITC por dimensión	66
5.2.3.	Resultado del ITC por empresas	72

5.3. Resumen	80
Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones	81
6.1 Conclusiones.....	81
6.2 Recomendaciones	83
6.2.1 Recomendaciones prácticas	83
6.2.2 Recomendaciones para futuras investigaciones.....	84
Referencias.....	85
Apéndices	102
Apéndice A: Investigaciones Previas de Transparencia Corporativa	102
Apéndice B: Modelos Referentes de Transparencia Corporativa.....	108
Apéndice C: Empresas Exportadoras Agroindustriales	116
Apéndice D: Criterio Evaluación para Selección de Componentes	119
Apéndice E: Criterio de Ponderación	120
Apéndice F: Presentación de Resultados	128

Lista de Tablas

Tabla 1	. <i>Empresas Agroindustriales que Participan en la Investigación</i>	34
Tabla 2	. <i>Fuentes de Información Según Tipo de Divulgación de Información</i>	36
Tabla 3	. <i>Compatibilidad entre Método de Ponderación y Agregación</i>	40
Tabla 4	. <i>Criterios de Evaluación para la Selección de Componentes del Modelo</i>	43
Tabla 5	. <i>Variables y Subvariables de la Dimensión de Información Estratégica</i>	45
Tabla 6	. <i>Variables y Subvariables de la Dimensión de Información Financiera</i>	46
Tabla 7	. <i>Variables y Subvariables de Dimensión de RSC</i>	47
Tabla 8	. <i>Variables y Subvariables de la Dimensión Social</i>	48
Tabla 9	. <i>Criterios de Evaluación Coeficiente Alfa Cronbach</i>	52
Tabla 10	. <i>Análisis de Correlación de Coeficientes</i>	53
Tabla 11	. <i>Prueba de Multicolinealidad</i>	55
Tabla 12	. <i>Modelo Propuesto de Índice de Transparencia Corporativo</i>	56
Tabla 13	. <i>Clasificación de Empresas</i>	63
Tabla 14	. <i>Resumen de las Agroexportaciones en Valor FOB del año 2017</i>	64
Tabla 15	. <i>Resumen de las Agroexportaciones en Volumen (TM) del año 2017</i>	64
Tabla A1	. <i>Investigaciones Previas de Transparencia Corporativa</i>	102
Tabla B1	. <i>Ventajas y Desventajas de los Modelos Referentes</i>	108
Tabla B2	. <i>Modelo Colombia: Dimensiones y Variables</i>	115
Tabla C1	. <i>Empresas Exportadoras Agroindustriales</i>	116
Tabla C2	. <i>Perfil de Muestra</i>	118
Tabla D1	. <i>Criterios de Evaluación para la Selección de Componentes del Modelo</i>	119
Tabla E1	. <i>Ponderación de las Dimensiones</i>	120
Tabla E2	. <i>Valoración de las Variables</i>	122
Tabla F1	. <i>Presentación de Resultados del ITC</i>	128

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i>	Mapa de literatura y sus relaciones.....	17
<i>Figura 2.</i>	Crecimiento de la divulgación de información.....	18
<i>Figura 3.</i>	Escalas de calificación creditico.....	29
<i>Figura 4.</i>	Alcance de la investigación.....	32
<i>Figura 5.</i>	Población y muestra con impacto en la estructura de propiedad.....	34
<i>Figura 6.</i>	Etapas de la metodología para la creación del índice de transparencia.....	37
<i>Figura 7.</i>	Componentes del modelo propuesto.....	44
<i>Figura 8.</i>	Criterio de ponderación.....	50
<i>Figura 9.</i>	Escala de calificación.....	51
<i>Figura 10.</i>	Prueba de homocedasticidad.....	54
<i>Figura 11.</i>	Prueba de normalidad.....	54
<i>Figura 12.</i>	Índice de transparencia corporativa a nivel de sectores.....	62
<i>Figura 13.</i>	Resultado del ITC en el sector agroindustrial.....	66
<i>Figura 14.</i>	Resultado del ITC de dimensión la información estratégica.....	67
<i>Figura 15.</i>	Resultado del ITC por dimensión de responsabilidad social corporativa.....	69
<i>Figura 16.</i>	Resultado del ITC por dimensión de información financiero.....	70
<i>Figura 17.</i>	Resultado del ITC por dimensión de dimensión social.....	71
<i>Figura 18.</i>	Resultado del ITC de empresas que cotiza en la BV.....	72
<i>Figura 19.</i>	Resultado del ITC de empresas que no cotiza en la BV.....	73
<i>Figura 20.</i>	Evaluación de transparencia corporativa de Camposol SA.....	74
<i>Figura 21.</i>	Evaluación de transparencia corporativa de Hortifrut-Tal SAC.....	75
<i>Figura 22.</i>	Evaluación de transparencia corporativa de Danper Trujillo SAC.....	76
<i>Figura 23.</i>	Evaluación de transparencia corporativa de Agro Industrial Paramonga SAA.....	76

Figura 24. Evaluación de transparencia corporativa de Sociedad Agrícola Drokasa SA. ...78

Figura 25. Evaluación de transparencia corporativa de Agro Industrial AIB SAC.79

Figura 26. Evaluación de transparencia corporativa de Agrícola Virú SA.80



Capítulo I: Introducción

El capítulo introductorio tiene como fin presentar los antecedentes sobre la medición del índice de transparencia corporativa la cual sirve como base para plantear el problema de la investigación. Seguidamente, se procederá a detallar el propósito de la investigación que permite definir la naturaleza de la investigación y el tipo de estudio a realizar. Así mismo, se detalla la importancia que tendrán los resultados y los beneficios potenciales de esta investigación hacia el sector agroindustrial basado en el marco conceptual y las definiciones de las variables relacionadas a la investigación, las cuales permitan ser la base para los siguientes capítulos.

1.1. Antecedentes

En el año 1929 a raíz de la crisis de Wall Street surgió la necesidad de crear lineamientos con responsabilidades y roles específicos para las empresas que generaban impacto a la sociedad y por primera vez se usó el término de gobierno corporativo, pero solo enfocado a la empresa que tenía una buena gestión con la sociedad (Muñoz, 2011). La conceptualización teórica del gobierno corporativo se ha desarrollado a lo largo del tiempo, teniendo sus raíces en Inglaterra con Adam Smith, al respecto Smith (1776) afirmó que cuando el derecho de propiedad y el estilo de gestión empresarial no tienen un mismo norte se originarán problemas entre los administradores y los propietarios debido a sus intereses personales, asimismo Clark (1916) indicó que las empresas deben manejarse bajo parámetros de una economía responsable, desarrollada y encarnada bajo conductas sólidas de ética empresarial del trabajo.

Mientras que Berle y Means (1932) señalaron que las empresas evolucionaron dejando de ser negocios de carácter familiar transformándose en organizaciones donde intervienen múltiples actores los cuales cumplen diferentes roles: propietarios, trabajadores, administradores, acreedores, proveedores y estado, de tal forma que el control de las

empresas y la propiedad se encuentra inmersa en múltiples conflictos de interés debido a que los propietarios son tantos que no llegan a ponerse de acuerdo entre sí para poder desarrollar una gestión efectiva del negocio. En tal sentido, Ross (1973) formuló la teoría de agencia, la cual expresa que en una relación de agencia ambos sujetos: accionistas y directivos, tienen sus propios intereses e intentan maximizar su utilidad, la cual será resuelta por medio de una recompensa ventajosa al directivo de tal forma que este desarrolle una gestión efectiva y maximice los intereses del propietario.

La teoría de la agencia encontró un enfoque de mayor amplitud en la década de los años 80, al integrar el concepto de grupos de interés como parte de la estructura del gobierno de las empresas, surgió así el concepto de “*stakeholder*” (Volpentesta, 2017). En el año 1992 surgió la necesidad de analizar los aspectos financieros y contables de las empresas a raíz de los grandes vacíos que existían en las normas y por lo tanto los directivos de las empresas no asumían las responsabilidades de sus representantes financieros lo cual generó desconfianza en la información que reportaban especialmente cuando cotizaban en la Bolsa de Valores. Como consecuencia se crea el comité compuesto por el Consejo de Información Financiera en el Reino Unido, conocido como el Informe de Cadbury, cuyo enfoque era realizar el análisis ético de los resultados financieros de las sociedades constituidas (González, 2007). El Informe de Cadbury plasmó el código de buen gobierno corporativo para aquellas empresas que cotizaban en la bolsa de valores, este mismo informe definió al buen gobierno corporativo como una metodología que permite que las empresas puedan ser gobernadas y controladas (López, 2011).

En el año 1992 se publicó en Estados Unidos el “Informe del Comité de Organizaciones Patrocinadores de la Comisión Treadway” (con sus siglas en inglés COSO), que sirvió de norma de referencia para implementar, controlar y administrar un sistema de control interno (Deloitte, 2015). En el año 1995 surgió el Informe Greenbury (Reino Unido)

el cual se enfocó en el estipendio de los Directores y políticas remunerativas, en 1998 se emitió el Informe Hampel (Reino Unido) el cual revisó algunos aspectos del informe Cadbury e incluyó conceptos nuevos basados en la relación con los accionistas, remuneración y consejeros, durante ese mismo año, se estableció el Informe de la Comisión Olivencia (España) cuyo objetivo era incentivar la transparencia de las empresas de España mediante recomendaciones sobre la forma de administración de aquellas empresas que cotizaban en la bolsa de valores y la implementación del código ético del gobierno corporativo cuya adopción es voluntaria (Agudo, Sanjuán, & Fraile, 2010).

En el año 2002, se implantó en Estados Unidos de Norteamérica la ley Sarbanes-Oxley como consecuencia de los escándalos financieros protagonizados por Enron y WorldCom cuyo fraude financiero contable remeció las bases estructurales del mercado financiero norteamericano (Parada & Sanhueza, 2009), donde la conducta antiética de sus directivos sumadas a la falta de transparencia corporativa ocasionó la quiebra de esos titanes del mercado internacional, ocasionando además perjuicios a todos sus grupos de interés sumándose a ello la disolución de Arthur Andersen, firma que auditaba a Enron (González, 2016). Estos acontecimientos generaron desconfianza en los grupos de interés hacia los mercados financieros (Briano & Rodríguez, 2013). El objetivo de ley Sarbanes-Oxley fue normar el marco de transparencia sobre la declaración financiera y no financiera de las empresas que cotizan en la Bolsa de Valores de Nueva York (Rozen, 2008), de tal manera que permita resguardar los intereses de los accionistas y otros grupos interesados.

En referencia al mercado europeo, en el año 2003 se impulsó la competitividad de las empresas cotizadas mediante la transparencia corporativa, exigiendo a las empresas mostrar cuando se requiera información de gestión y societaria con la finalidad de resguardar los intereses de los accionistas y otros grupos interesados (Rivero, 2005). Latinoamérica toma los principios de transparencia divulgados por la OCDE como práctica de gobierno corporativo

(Briano & Saavedra, 2015). La transparencia corporativa en consecuencia se convierte en un factor fundamental en el mundo empresarial ya que incrementa la confianza de sus inversionistas (Briano & Rodríguez, 2013). En el año 1999, la OCDE definió que el gobierno corporativo es un sistema que permite a las sociedades ser dirigidas y controladas a través de los principios del gobierno corporativo (OCDE, 1999).

En Perú, el Centro de Estudios de Mercados de Capitales y Financiero (MC&F) en el año 2001 constituyó una comisión especial denominado el Consejo de Buen Gobierno Corporativo entidad encargada de dirigir las mejores prácticas, controlar y gestionar el gobierno corporativo de las empresas que cotizaban en la Bolsa de Valores de Lima (BVL). En noviembre de ese mismo año se publicó el Código de Buen Gobierno Corporativo para empresas que emitían en la Bolsa de Valores de Lima, pero cabe señalar que básicamente eran recomendaciones propuestas las cuales no estaban normadas, es decir, no era mandatorio su aplicación. En el año 2002, la Comisión Nacional Supervisora de Empresas y Valores (CONASEV) publicó principios asociados al buen gobierno corporativo de uso estrictamente obligatorio para aquellas empresas que cotizaban en la Bolsa de Valores de Lima, la cual no consideró el entorno externo e interno de las empresas y su forma de constitución, es decir, empresa de capital familiar o mixta. En ese sentido, los principios de buen gobierno corporativo no fueron una regulación obligatoria, sino que se constituyó en un elemento de cumplimiento de información alineado a los 31 principios que solicita el “Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas”.

En el año 2012 la empresa Inteligencia de Negocios Transparencia Corporativa de Chile, elaboró un índice de transparencia corporativa enfocado en cuatro frentes: transparencia, credibilidad, sofisticación y actualización de los informes corporativos, la cual permitía que las empresas a nivel de Latinoamérica, sean medidas uniformemente, en dicho informe se concluye que las empresas con mayor índice de transparencia son las empresas de

servicios, en tanto las empresas manufactureras son las que tienen menor valor del índice de transparencia corporativa.

En el año 2013, la Superintendencia de Mercado de Valores (SMV) actualizó la versión publicada en el 2002 del “Código del Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas” que incluye las casuísticas particulares de la realidad de las empresas peruanas permitiendo que las empresas tomen conciencia de la importancia del buen gobierno corporativo y el impacto que genera a nivel de rentabilidad para todos sus interesados. El “Código del Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas” se basa principalmente en cinco pilares: “Derechos de los accionistas”, “Junta General de accionistas”, “el directorio y alta gerencia”, “Riesgos y cumplimiento; y “Transparencia de información”.

Así mismo, para las empresas del sector agroindustrial la transparencia corporativa o el buen gobierno corporativo constituye un requisito fundamental para generar confianza y por ende generar ingresos, sin embargo la práctica de la transparencia corporativa debe abarcar tanto a su entorno interno como externo, es decir, a la sociedad, al estado, clientes, inversionistas, proveedores, colaboradores e instituciones privadas (Marquina, 2016), brindando información confiable de la situación financiera de la empresa, sus resultados, su memoria, prácticas de buen gobierno corporativo y cualquier otra información que permita a un interesado interpretar la situación de la empresa y su generación de valor. Mostrar transparencia al difundir información de carácter financiero y no financiero permite a los diversos interesados de la información tener confianza, generando así mayores inversiones en el mercado (Briano & Rodríguez, 2013), siendo la cualidad de una empresa transparente brindar o permitir acceder información sobre la administración, capital y organización de la empresa (Sabogal, 2013).

1.2. Definición del Problema

Existe una falta de estandarización y calidad de la divulgación en la información debido a que las empresas revelan información limitada de orden financiero o no financiero sin ceñirse a ningún parámetro previo. Actualmente no se cuenta con indicadores de medición de transparencia aplicado a la realidad peruana, por lo tanto, se requiere desarrollar un índice que permita medir la transparencia de las empresas en base a la calidad y veracidad de la información divulgada de forma voluntaria u obligatoria.

1.3. Propósito de la Investigación

El objetivo y propósito principal de la presente investigación es desarrollar un índice de transparencia corporativa aplicado a la realidad peruana.

Los objetivos secundarios son: (a) Conocer el índice de transparencia del sector, (b) conocer el impacto de los resultados del índice de transparencia a nivel de dimensiones; y (c) conocer el índice de transparencia de las empresas analizadas.

1.4. Importancia de la Investigación

La aplicación de esta investigación es relevante porque permite obtener resultados sobre la medición del índice de transparencia corporativa de las empresas que cotizan y no cotizan en la bolsa de valores, y genera una calificación que integra diferentes variables de una empresa en un solo número.

Adicionalmente permite determinar la relación directa que existe entre el índice de transparencia y la estructura de propiedad (Agrawal & Knoeber, 1996). Por lo tanto, dicha información será útil para determinar o ajustar las políticas sobre transparencia corporativa y ser parte del planeamiento estratégico de la empresa (Briano & Rodríguez, 2013). También, mejorará el valor de las empresas haciéndolas más competitivas y convirtiéndolas en candidatas para recibir financiamiento internacional por brindar mayor confiabilidad, estabilidad y menor riesgo frente al inversionista.

El uso de esta herramienta permite generar resultados que sirvan como base para investigaciones futuras relacionadas principalmente con el análisis de las empresas que tienen un comportamiento diferente a las empresas de otros países en Latinoamérica y ser comparativas en el tiempo.

El desarrollo de esta herramienta permite generar una cultura empresarial pro-transparencia para establecer un vínculo de apertura de las empresas hacia los inversionistas, autoridades y comunidad, con el objetivo de disponer información íntegra relacionada a las buenas prácticas. Por lo tanto, la transparencia corporativa es una obligación ética y moral exigida por el entorno y el surgimiento de un nuevo consumidor con acceso a información empresarial, generando sensibilidad sobre la importancia de obtener información transparente (Mañas & Montes, 2016).

1.5. Naturaleza de la Investigación

La naturaleza de la investigación se basa principalmente en aquellos procesos que se decide seguir para lograr el propósito de la investigación que es brindar una solución al problema identificado y proporcionar conocimiento (Ugalde & Balbastre, 2013). Por lo tanto, el alcance del diseño de la investigación es descriptivo con enfoque cuantitativo, del tipo correlacional, transversal, siendo una muestra no probabilística. Se ha considerado del tipo correlacional porque se desea asociar las variables que impactan en el cálculo del índice de transparencia corporativa de las empresas agroindustriales del Perú y a la vez analizar los resultados generados de dicho estudio (Hernández, Fernández & Baptista, 2018).

El enfoque cuantitativo permite recolectar datos estructurados para medir el índice de transparencia corporativa a través del análisis estadístico y establecer un patrón adecuado de medición del comportamiento de las empresas agroindustriales. Es del tipo no exploratorio debido a que no existe interacción con las empresas a evaluar por lo tanto es una investigación donde no se realizará la manipulación intencional de las variables de estudio y

se obtendrá la información tal cual se encuentre en los medios definidos de búsqueda de la información (Hernández et al., 2018).

Así mismo, el análisis realizado es transversal porque se recolecta datos de fuentes primarias y fuentes secundarias para completar las tablas que permitan determinar los coeficientes de la ecuación del índice de transparencia corporativa del sector que se está evaluando. La muestra es no probabilística porque se acota y enfoca en empresas del sector agroindustrial exportador, de esta manera permite realizar el análisis estadístico correspondiente (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

1.6. Definiciones Operacionales

En el presente apartado se identifica y define conceptualmente los términos que tienen relación directa con la transparencia corporativa:

Transparencia corporativa. Es la divulgación de información confiable, relevante y oportuna (Bushman, Piotroski & Smith, 2004) que existe entre la organización y los grupos de interés, generándose así un círculo virtuoso de oportunidades de mejorar la comunicación (Hess, 2008).

Ética de los negocios. Significa hacer las cosas correctamente teniendo como base sus principios y valores que son aplicados en su entorno laboral o de negocios y siempre con el enfoque de obtener resultados positivos para la toma de decisiones responsables (Hartman, DesJardins & Espinoza, 2013). Para lograr obtener resultados positivos, la ética en los negocios es una característica fundamental en el accionar de los directivos, siendo uno de los principales pilares la responsabilidad el cual les permite asumir sus actos frente a las diferentes situaciones de conflicto que se le presente (Melé, 2012).

Código de ética. La ética tiene una gran relación con el estudio de la moralidad y de la acción misma del ser humano incluyéndose dentro de la cultura y clima organizacional (Cortina & Conill, 2005). Por lo tanto, el código ético en una organización es considerado

como una herramienta que busca aumentar el compromiso de los colaboradores, la motivación e incrementar la productividad, así mismo es obligatorio su aplicación en toda la organización y se deben cumplir con los criterios éticos y de responsabilidad profesional (González, 2007). Existe un gran interés público en comprender la naturaleza de la ética corporativa debido al conocimiento de que las decisiones y actividades poco éticas a menudo socavan el desempeño y las habilidades de muchas organizaciones (Cleek & Leonard, 1998).

Conflicto de interés. Es una situación en la cual existen diversos factores que motivan un determinado tipo de conducta que aparece cuando una persona natural o jurídica guía sus decisiones en beneficio propio o de terceros. Al presentarse un conflicto de interés debe ser tratado de forma abierta y transparente de manera que no tenga impacto en la organización (Carobene, 2013).

Gobierno Corporativo. Es un sistema integrado entre los responsables de la empresa con los *stakeholders*, que les permite de manera conjunta lograr objetivos comunes (Fuertes, 2016). Son lineamientos y procedimientos que guían a las organizaciones en la toma de decisiones para la creación de valor generando relaciones sólidas entre las partes interesadas (Deloitte, 2018). El gobierno corporativo tiene como uno de sus pilares la transparencia y la creación de valor que genera credibilidad a sus grupos de interés a través de la divulgación de información oportuna y confiable (Rivero, 2005).

Creación de valor compartido. Describe las actividades que realiza una organización en forma permanente para beneficiar, cubrir o superar las necesidades de todos los grupos impactados directa o indirectamente por su gestión (Fuertes, 2016). Las empresas reinventan sus productos de la cadena de valor para fortalecer la competitividad en el mercado y garantizar las condiciones esenciales de la sociedad y el medio ambiente (Porter & Kramer, 2011).

Divulgación de información. Es la información publicada por las organizaciones en los diferentes medios de difusión y que se encuentra directamente relacionado con la transparencia corporativa (Gandía, 2011). La divulgación de información de tipo financiero y no financiero permite a las organizaciones aumentar la confianza de sus grupos de interés sobre las actividades que realiza, difundiendo a través de su página web, memorias, anuarios, reportes corporativos, reportes de sostenibilidad, u otros medios que designe la organización, siendo la divulgación de información uno de los pilares del buen gobierno corporativo (Larrán-Jorge, Martínez-Martínez & Muriel de los Reyes, 2013).

Información estratégica. La información estratégica se ha convertido en un bien de consumo que existe debido a la necesidad de gestionar y garantizar la explotación de los datos y el conocimiento de la empresa. Su buen uso permite la mejora de los flujos de información y optimiza los procesos de la organización. El tener el conocimiento de la información ayuda directa o indirecta a todos los involucrados en poder informarse sobre lo que está sucediendo en la organización (Rodríguez & Gómez, 2015). La confidencialidad es uno de los grandes problemas que enfrenta la transparencia corporativa ya que se puede vulnerar la información estratégica de la organización (Sandoval, 2006).

Información corporativa general. Es la información que permite analizar y comprender los resultados de la actividad que se desarrolla en la organización. Las nuevas regulaciones y exigencias cada vez mayores para la transparencia corporativa, han incentivado a las empresas a seguir nuevas tendencias de divulgación de informes corporativos con el manejo de información y de datos (Dragomir & Cristina, 2009). Un mayor o menor manejo de transparencia en la información corporativa general está asociado a las necesidades de financiación por parte de la gerencia y otro factor como el tamaño de la empresa (Cheng & Courtenay, 2006).

Tamaño de la empresa. El tamaño de la empresa tiene un alto nivel de incidencia en el manejo de la información que divulgan las empresas de forma transparente en los informes anuales (Donnelly & Mulcahy, 2008). Las empresas que son de mayor tamaño son más proclives a la divulgación de la información más completa para disminuir las presiones por parte de los organismos regulatorios (Watts & Zimmerman, 1986). Se espera de que el tamaño de la empresa tenga una relación positiva con el índice de transparencia corporativa.

Estrategia corporativa. Es la forma en que la organización busca crear valor a través de la configuración y coordinación de sus actividades multimercado (Porter, 1987). La estrategia corporativa es la forma en la cual la empresa busca generar valor justificando su existencia y enfocarse en la unidad de negocio en donde se desea participar en el mercado (Collis & Montgomery, 1995). Sirve de guía para períodos largos de tiempo para que la empresa se pueda desarrollar y alcanzar sus metas trazadas sin ser privada de su capacidad de respuesta a entornos cambiantes (Andrews, 1971).

Misión. Es un conjunto de acciones inmediatas en la cual se van a desarrollar tácticas concretas que permitan a la empresa alcanzar de manera objetiva el plan establecido como estratégico y el logro de los objetivos a corto plazo (Loyo de Falcón, 2015). La misión de una empresa es su razón de ser que condiciona sus actividades presentes y futuras, teniendo el sentido de dirección como ayuda en la toma de decisiones.

Visión. La visión es una imagen que proyecta a futuro la organización, es algo que aún no es real, ayuda a visualizar en donde la organización desea llegar (Thornberry, 1997). Básicamente se dice que la visión es el pilar para poder crear la misión, ya que permite definir la dirección estratégica y la imagen a futuro que desea alcanzar la organización (Darbi, 2012). La visión es una guía y direcciona a la organización a lograr el objetivo desea lograr, asimismo, define su identidad y su rumbo.

Políticas y valores. Las políticas de una organización es la declaración de los principios que toda organización se compromete a llevar a cabo. Los valores son un componente clave de las ciencias sociales ya que está enfocado al estudio de la sociedad, personalidad, actitudes y la conducta del ser humano (Rokeach, 1968). Los valores son las metas deseables que varían en importancia y que se basa en sus principios en la vida personal u otra entidad social (Schwartz, 1994).

Estructura de la propiedad. Es representada mediante organigramas de una forma sintética y simplificada que dan a conocer las posiciones principales en dicha estructura. (Martínez & Navarro, 2016). Es el grado de concentración que determina la distribución del control corporativo y el poder, asimismo la proporción de las acciones con derecho a voto que son de propiedad indirecta o directa de los altos directivos de la organización (Owusu-Ansah, 1998). Una estructura de la propiedad concentrada es menos propensa a involucrarse en comportamientos oportunistas ya que pueden dañar la imagen y reputación de la organización a largo plazo, reduciendo la necesidad de una mayor transparencia (Wang, 2006).

Junta general de accionistas. Está compuesta por los sujetos titulares de la organización y en la formación de la voluntad de órganos, sus miembros resuelven sus intereses propios (López, 2014). Los comités de Juntas como marco estratégico de la organización con miras a sostenimiento claro de gobernabilidad y de buen funcionamiento conlleva a una buena función de gestión de control (Carvajal, 2014). El propósito de esta Junta es intercambiar información en el proceso de toma de decisiones que les permita dirigirse a lograr los resultados esperados en el rubro en acción (Arias et. al, 2008).

Información financiera. Es la información que resulta de la elaboración del proceso contable que transforman las operaciones y eventos económicos representados de manera tangible en los Estados Financieros (Valencia & Castro, 2014), los cuales revelan los

acontecimientos económicos y hechos de importancia en el periodo informado. Los estados financieros se agrupan en categorías: situación financiera, estado de resultados integrales, estado de cambios en el patrimonio neto y flujos de efectivo además de las notas informativas (Normas Internacionales de Información Financiera –NIIF, 2016).

Responsabilidad social corporativa. Es parte de la estrategia corporativa de las organizaciones que pone de manifiesto la importancia de que sea conocida por todos los grupos de interés (Solano, Casado & Ureba, 2016). Es la forma de conducir los negocios de las organizaciones ya que se debe de tener en cuenta los impactos que generan a los *stakeholders* (empleados, accionistas, clientes, comunidades locales, la sociedad y el medio ambiente) (Fernández, 2013). Existen agencias que realizan la calificación de la sostenibilidad en donde se desarrollan herramientas de medición y evaluación de los estados financieros, ambientales, sociales y de buen gobierno (Izquierdo, Torres, Olmedo, Lirio & Ferrero, 2018).

Programas de responsabilidad social empresarial. Los Programas caritativos / comunitarios de promoción social, implementados para la mejora de las condiciones de vida en donde se involucra a la comunidad o los grupos de interés (Carlos, 2014). Es el tipo de programas que se crean en la organización que tienen que ver con una acción filantrópica, ya sea a través de una fundación que se crea en la organización, por medio de donaciones que generen valor social. La Responsabilidad Social Empresarial conlleva a tener una buena relación con los proveedores, accionistas y clientes ya que pueden apoyar en el desarrollo de programas que busquen mejorar el desempeño en relación a la responsabilidad social (Rodríguez, 2008).

Dimensión social. El factor fundamental en el desarrollo organizacional y de la sociedad es el ser humano, siendo la dimensión social corporativa la relación que existe entre

las empresas y los grupos de interés clave a los cuales impacta: sus trabajadores bajo el enfoque relacionado al clima laboral y bienestar (Trujillo & Guzmán, 2015).

Sector agroindustrial. Es el sector manufacturero en el que se adiciona de valor a las materias primas agrícolas a través del procesamiento y manipulación de los mismos (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2013)

Índices de divulgación. Es una herramienta que permite medir la información que las empresas difunden ya sea de forma voluntaria u obligatoria, de esta manera puede ser comparado con las otras empresas del sector al que pertenece. Los índices se basan en principios y códigos de buenas prácticas sugeridos por los organismos internacionales como la OCDE, ONU y UE, especialmente aplicados para aquellas empresas que realizan transacciones en los mercados financieros (KPMG, 2015).

1.10. Supuestos de la Investigación

La presente investigación se realiza bajo los siguientes supuestos: (a) la estructura de propiedad y tamaño de la empresa está relacionada directamente al índice de transparencia corporativa, (b) las empresas agroexportadoras seleccionadas son representativas del sector, y (c) se asume que la información divulgada en las fuentes consultadas es confiable y serán utilizadas como parte del cálculo del índice de transparencia corporativa.

1.11. Limitaciones de la Investigación

Las principales limitaciones que afectan el desarrollo de la presente investigación es la falta de estandarización y calidad de la divulgación de información, y el acceso limitado a la información de las empresas analizadas.

1.12. Delimitación de la Investigación

La investigación tiene las siguientes delimitaciones: (a) El sector al cual se realiza el estudio son las empresas agroindustriales privadas que realicen actividades de exportación, (b) los datos que se recolecte se basaran en la información publicada durante el año 2017; y

(c) el modelo del índice de transparencia corporativa propuesto contempla cuatro dimensiones: información estratégica, información financiera, responsabilidad social corporativa y dimensión social.

1.13. Resumen del Capítulo

La transparencia corporativa es la acción de divulgar con veracidad la información financiera y otras actividades que impactan a los grupos de interés que permite generar buenas prácticas en las empresas, en tal sentido genera confianza con su entorno interno y externo.

La investigación tiene como propósito principal desarrollar el índice de transparencia corporativa utilizando la metodología para la creación del índice de transparencia propuesta por la OCDE, y la recolección de datos de las variables establecidas se realizará de fuentes consultadas. Por lo tanto, el alcance del diseño de la investigación es descriptivo con enfoque cuantitativo, del tipo correlacional, transversal, siendo una muestra no probabilística.

Capítulo II: Revisión de la Literatura

La revisión de la literatura tiene como fin presentar y analizar los estudios relacionados con la creación del índice de transparencia corporativa. Se presenta el mapa de la literatura que soporta la presente investigación detallando la literatura revisada y la definición de transparencia corporativa, principalmente a los diversos aportes de los modelos encontrados que sirven de referencia para lograr establecer los criterios y definir las dimensiones del modelo propuesto en la presente investigación.

2.1. Mapa de la Literatura y sus Relaciones

Para organizar y relacionar la literatura con la presente investigación se ha desarrollado el mapa de la literatura presentado en la Figura 1, el cual comprende los siguientes temas: (a) transparencia corporativa a nivel mundial, (b) alcance de la transparencia corporativa, (c) investigaciones previas sobre índices de transparencia corporativa; y (d) modelos de transparencia corporativa.

2.2. Transparencia Corporativa en el Mundo

Desde que el hombre se unió en sociedad y formó las primeras civilizaciones la información ha estado disponible, en la antigua Mesopotamia, 1700 años antes de Cristo, se registró el primer indicio de legislar y regular la transparencia de la información a través del código de Hammurabi. El código versaba sobre la legislación civil, penal y derecho mercantil que los comerciantes debían registrar y evidenciar en forma transparente sus ingresos para tributar en base a ello (Vera, 1974). En la Edad Media se inició la contabilidad científica con creación del método de registro contable denominado “Partida Doble” por Luca Pacciolo con la finalidad de registrar fielmente las operaciones de los negocios: ingresos y gastos del comercio (Hernández, 2005).



Figura 1. Mapa de literatura y sus relaciones

En la Edad Moderna durante el año 1766, surge en Suecia la primera ley de transparencia (Manneto, 2011) denominada “Ley para la Libertad de Prensa y del Derecho de Acceso a las Actas Públicas”, el acceso a la transparencia de la información pública tardó dos siglos en implantarse en las naciones occidentales salvo algunas excepciones como la regulación que se dio en Colombia en el año 1888, Finlandia en el año 1951 y Estados Unidos de Norteamérica en el año 1966 (Martínez & Goig, 2015).

A nivel mundial la transparencia corporativa está cobrando un valor relevante, especialmente para aquellas empresas que realizan inversiones a nivel internacional, en la Figura 2 se muestra la evolución que ha tenido la transparencia corporativa, especialmente la divulgación de información como los reportes de sostenibilidad e información financiera que representan factores importantes en la transparencia de una organización (Calderon & Zabib, 2016).

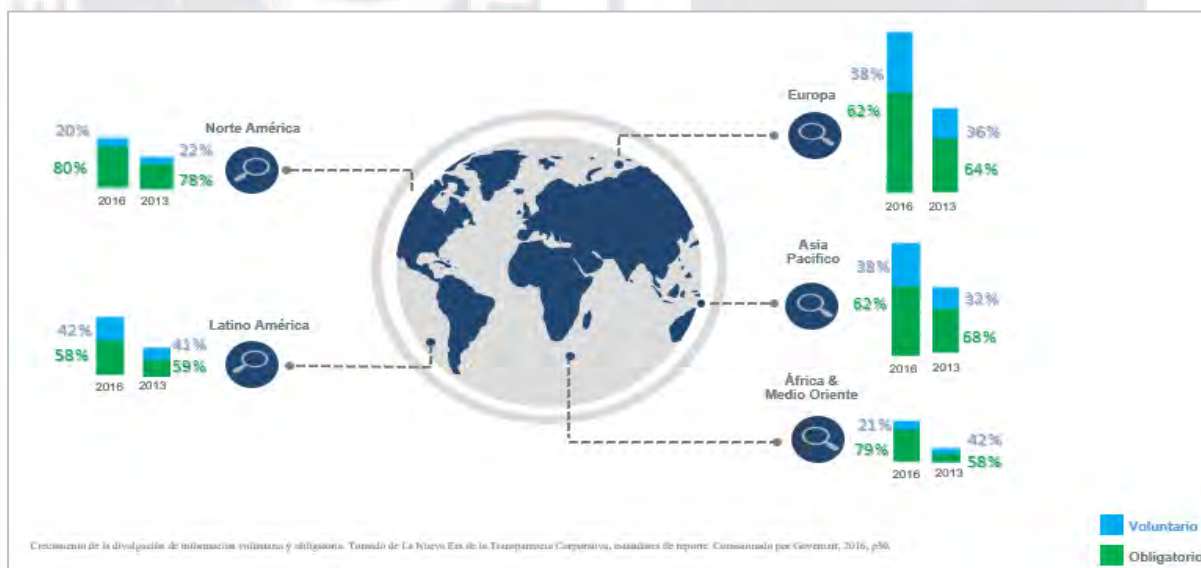


Figura 2. Crecimiento de la divulgación de información. Tomado de La Nueva Era de la Transparencia Corporativa, estándares de reporte. Comisionado por Governart, 2016, p30.

2.2.1. Transparencia en Latinoamérica

En Latinoamérica, los primeros inicios de transparencia se dieron en Brasil con la promulgación de la Constitución Federal que incorpora políticas de transparencia en el sector público. En Colombia se crearon en el año 2002 la “Guía Colombiana de Gobierno

Corporativo para Sociedades Cerradas y de Familia” y en el año 2005 el “Código País”. El 2003 en Argentina se publicó por primera vez el “Código de Mejores Prácticas de Gobierno de las Organizaciones para la República Argentina”. El 2002 en el Perú, el Congreso de la República aprobó la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública N 27806 (Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, 2002) y el Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado (OSCE) basado en el Decreto Legislativo N 1341. Y finalmente, en Chile en el año 2008 se creó el Consejo para la Transparencia que promueve una cultura en el país para garantizar la confianza en las gestiones públicas a través de la difusión de las mejores prácticas institucionales. Por lo tanto, la transparencia a nivel latinoamericano ha evolucionado de manera rápida y relevante.

Transparencia en Colombia. En Colombia es importante el buen manejo transparente de la información corporativa frente a los socios y terceros, por ello se crearon modelos de código de buen gobierno corporativo, los más representativos son el “Código País” y la “Guía Colombiana de Gobierno Corporativo para Sociedades Cerradas y de Familia”, el primero recomienda que la corporación divulgue de manera transparente información corporativa que pueda interesarle al mercado nacional e internacional, para que los inversionistas actúen de manera informada (Sabogal, 2013) y el segundo tiene como propósito explicar el fundamento práctico y teórico de cada medida, así como el impacto que tendrá para el empresario que las adopte (Campo, Marulanda & Ruiz, 2009).

Transparencia en Brasil. Al finalizar la década de los ochenta con la promulgación de la Constitución Federal en la cual incorpora políticas de transparencia se da origen a la transparencia en el sector público y desde ese entonces su crecimiento ha sido de forma rápida y aplicada a los sectores públicos y privados. En el año 2004, se crea e implementa el Portal de Transparencia del Gobierno Federal, cuyo objetivo era incrementar la transparencia en el sector público (Moreira & Claussen, 2011). En el año 2012, se implementó el “Instituto Brasileiro de Gobernanza Corporativa” a través del cual se implementa las buenas prácticas

del gobierno corporativo que incluye como su principal pilar la transparencia corporativa. Brasil es considerado uno de los primeros países de América Latina en la gestión de gobernabilidad corporativa y ha implementado programas de control que les ha permitido ser el país más atractivo para las inversiones (Briano, 2012).

Transparencia en Chile. En el año 2008, en Chile se aprobó la “Ley de Transparencia de la Función Pública y acceso a la información de la Administración del Estado” y la creación del Consejo para la Transparencia, el cual promueve la transparencia como valor social en el sector público, pero este no fue replicada en el sector privado. Chile es uno de los países que mejor control y calidad tiene sobre la divulgación obligatoria de información basada en políticas y leyes claras (Escobedo & Rivera, 2012). El Consejo para la Transparencia (CPTL) promueve la cultura de transparencia en el país lo que permite garantizar el derecho a obtener información de las entidades públicas a cualquier ciudadano. El CPTL está liderado por un consejo directivo que es seleccionado por el Presidente de la República y los puestos son rotativos, esto respalda la democracia instaurada en Chile y promueve la confianza de las gestiones públicas a través de la difusión de las mejores prácticas institucionales (CPTL, 2018).

Transparencia en Argentina. En el año 2003, en Argentina se publicó por primera vez el “Código de Mejores Prácticas de Gobierno de las Organizaciones para la República Argentina” y su principal fin fue divulgar las mejores prácticas del gobierno corporativo a toda la población. Entre los años 2006 y 2008 se incorporaron cambios al código especialmente para las empresas que realizan transacciones financieras en la bolsa de valores, bajo el principio “*cumpla o explique*”, con ello se logra que las inversiones realizadas por las empresas sean transparentes mediante la divulgación de información confiable. Bajo ese contexto se implementan lineamientos específicos para denunciar a aquellas empresas que no cumplan con lo establecido en la norma. Actualmente el gobierno argentino sigue

incorporando cambios en sus normativas para que permitan asegurar la buena gestión corporativa especialmente con foco a la transparencia corporativa (Novelli, 2017).

Transparencia en Perú. En el año 2002, el Congreso de la República aprobó la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública N 27806 (Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, 2002). La Ley N 27806 fue un cambio radical en referencia al manejo secreto de la información en la cultura peruana, esta ley ha motivado a la gente solicitar registros de su información personal que han estado en manos de instituciones públicas. Actualmente en el Perú existen organismos que ayudan a la transparencia en donde el gobierno ha implementado una moderna plataforma tecnológica para supervisar y realizar el análisis de transparencia en las diferentes transacciones que realiza una empresa. Esta plataforma es el portal del Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado (OSCE), que permite el acceso a las entidades contratantes y proveedores que muestra de manera transparente la información sobre las contrataciones de bienes y servicios del Estado (Gestión, 2016).

El Decreto Legislativo N 1341 modificó la Ley N 30225 que corresponde a la Ley de Contrataciones del Estado (Diario oficial El Peruano, 2017) permite a los proveedores inscribirse en el Registro Nacional de Proveedores (RNP) de manera individual o en consorcio para evitar algún tipo de suplantación y validar la información del proveedor durante las licitaciones con el Estado.

2.2.2. Transparencia en Norte América

Transparencia en Estados Unidos. La exigencia de la transparencia de la información corporativa a nivel mundial tuvo mayor interés a causa de la crisis económica que ocasionó los fraudes financieros de la empresa Enron y WorldCom razón por la cual se promulgó el 30 de julio de 2002 la ley Sarbanes-Oxley con el propósito de proteger los intereses de los diversos grupos afectados por las actividades de las empresas y que se encuentren registrados en la Bolsa de Nueva York (Castro & Cano, 2004).

Transparencia en México. En el año 2002, en México se creó la “Ley Federal de Transparencia” que permite el acceso a la información pública a los ciudadanos lo cual conlleva a tener una democracia abierta. Durante ese mismo año se modificó la ley y se incluye “El Código de las Mejores Prácticas Corporativas (CMPC)” que les permitió tener mayor control de la información que divulgaban las empresas y por lo tanto ha generado mayor confianza a las empresas inversionistas (Briano, 2012). La transparencia que se aplica conlleva sólo a disponibilidad de información que deben tener los ciudadanos para que puedan ser evaluadas y en caso de ser observada se pueda generar sanciones. Actualmente los lineamientos normativos no se ajustan a la realidad del país y por ende la falta de transparencia ha tenido como consecuencia el crecimiento de la corrupción.

2.2.3. Transparencia en Europa

En el año 2001, la Comisión Europea inicia la creación de 40 códigos sobre buen gobierno corporativo asociados a las actividades financieras de las empresas, en el año 2003 se estableció medidas de transparencia corporativa a través de la ejecución de la “Modernización del Derecho de Sociedades y mejora de la Gobernanza Empresarial” (Rivero, 2005). En el año 2004, la Comisión Europea autorizó el uso de internet como una herramienta para divulgar la información de las actividades financieras de las empresas y a la vez ser utilizado como una herramienta que relacione la información entre los directivos de las organizaciones y el buen gobierno corporativo (Gallego, García & Rodríguez, 2009).

Desde el año 2014, la Comisión Europea presentó nuevos lineamientos de transparencia asociada a los resultados de cada organización y la responsabilidad social de tal manera que las empresas informen sus actividades no financieras de manera congruente. El enfoque de la publicación de información no financiera permite a las empresas lograr relaciones a largo plazo con sus inversionistas, el cual se encuentra alineado con la estrategia global de la Unión Europea.

La Comisión Europea tiene como objetivo principal promover la transparencia e identificar la mejor manera de realizar la evaluación de los factores que impactan en los resultados de la responsabilidad social. Desde octubre 2014 las empresas de los países miembros de la Comunidad Europea están obligados a cumplir las normas establecidas en la directiva 2014/95/UE respecto a la divulgación de información no financiera de las actividades comerciales que realiza (Cerezal, 2016).

2.3. Alcance de la Transparencia Corporativa

El alcance del modelo propuesto aplica a cuatro enfoques relacionados con la divulgación de la información requerida para el cálculo del índice de transparencia.

Enfoque de gestión estratégica. Es un proceso mediante el cual la empresa gestiona de manera eficiente los recursos para alcanzar sus objetivos (D'Alessio, 2015). Bajo este contexto, las políticas, procedimientos y planes deben estar alineadas con la divulgación transparente de la información hacia los grupos de interés, por lo tanto la gestión estratégica es considerada como la base para la toma de decisiones (Mintzberg & Brian, 1991). En tal sentido, sus actividades podrán diferenciarse y lograr una propuesta única de valor que les permita ser más competitivas a largo plazo (Porter, 2009).

Enfoque financiero y contable. La transparencia corporativa a nivel financiero y contable se basa principalmente en la difusión de la información que las entidades regulatorias solicitan, dichos reportes se encuentran estructurados según las normas establecidas (Vaccaro & Madsen, 2009). En Perú se aplican las Normas de Información Financiera – NIIF que sustentan la preparación y presentación de información financiera transparente, teniendo en cuenta que las NIIF son revisadas, analizadas, modificadas y sustituidas periódicamente (Consejo Normativo de Contabilidad, 1998).

Enfoque de responsabilidad social. Establece incorporar voluntariamente a la gestión empresarial al gobierno, el medio ambiente, los accionistas y comunidad (Marquina, 2016), con el objetivo de establecer acciones conjuntas de manera transparente que busquen mejorar

el rendimiento financiero de sus inversionistas y generar confianza que propicien acciones a favor de la sociedad y el medioambiente (Gálvez, Caba & López, 2012). La actuación responsable y empleo de prácticas transparentes en el entorno interno y externo de la organización genera una cultura ética (Nieto & Martínez, 2016).

Enfoque de recursos humanos. La gestión del área de Recursos Humanos influye decisivamente en los resultados de la administración empresarial (Serrano & Aragón, 2012), razón por la cual los procedimientos y las políticas laborales deben fomentar la equidad laboral, evitando el nepotismo y favoritismo en las organizaciones que conllevan a generar actos de corrupción y falta de transparencia corporativa (Arredondo & De La Garza, 2014). En efecto la empresa debe fomentar una competencia transparente donde los colaboradores puedan desarrollar sus habilidades, explotar sus conocimientos, generar ventajas competitivas y la creación de valor compartido en las empresas (Rivero & Dabos, 2017).

2.4. Investigaciones Previas de Transparencia Corporativa

Hay diversas formas de construir índices de transparencia corporativa, dependiendo del evaluador y su subjetividad sobre el enfoque que considere como mejor practica de transparencia (Lagos & Vecino, 2011). En la Tabla A1 se muestran investigaciones para medir la transparencia corporativa que permite obtener una base para el análisis y la evaluación de la información.

2.5. Modelos Referentes de Transparencia Corporativa

Los modelos actuales de transparencia corporativa buscan tener un instrumento de medición que sea objetiva y verificable, que pueda reflejar a través de sus componentes o dimensiones la realidad de los países. Los modelos investigados de los cuales se obtienen las dimensiones y variables en la presente investigación son: (a) Modelo de Chile elaborado por la Consultora Inteligencia de Negocio (IdN, 2010), (b) modelo de Hong Kong y Singapur (Chau & Gray, 2002), (c) modelo de Europa (Martynova & Renneboog, 2011), (d) modelo de Fiji (Khan, Chand & Patel, 2013); (e) modelo de Standard and Poor's (2014); y (f) modelo de

Colombia, (Trujillo & Guzmán, 2015). En la Tabla B1 se presenta el detalle con el análisis, las ventajas y desventajas de cada uno de los modelos que son referentes para la investigación.

2.5.1. Modelo de Chile

El modelo de Chile se encuentra estructurado en base a las sugerencias internacionales de la OCDE, ONU y UE y las buenas prácticas de gobierno corporativo que permite describir las fuentes de información, los contenidos y el origen del valor económico generado por una empresa. Se realizó la búsqueda de información relevante existentes en los sitios web de un grupo seleccionado de 70 empresas chilenas examinadas (empresas que cotizan en la Bolsa de Comercio de Santiago y empresas que no cotizan en la Bolsa de Comercio de Santiago). Los seis componentes o dimensiones consideradas son: (a) Presentación de la empresas y sus negocios, (b) gobierno corporativo, (c) información financiera, (d) servicios a los inversionistas, (e) sostenibilidad; y (f) misceláneos (IdN, 2010). Para cada una de estas dimensiones se realizó una ponderación en función a la relevancia en la información de la empresa, la mayor ponderación fue asignado a servicios a los inversionistas (30%) enfocado a los hechos importantes, la cotización en bolsa de valores, servicio de alerta electrónica y dividendos pagados, mientras que la menor ponderación fue asignado a los misceláneos (5%) enfocado a los contactos, noticias y entre otros.

2.5.2. Modelo de Hong Kong y Singapur

El modelo se basa principalmente en la asociación de la estructura de propiedad con la divulgación voluntaria de información, especialmente de las empresas que cotizan en la bolsa de valores. Los resultados de la investigación muestran que el nivel de divulgación de información es menor en las empresas que se encuentran controladas por familias, siendo ésta una característica principal del mercado de Hong Kong y Singapur (Chau & Gray, 2002). Las dimensiones que se consideran son: (a) Tamaño de la empresa, (b) apalancamiento de la

empresa, (c) auditable de la empresa, (d) estructura de la propiedad de la empresa, (e) rentabilidad de la empresa; y (f) multinacionalidad de la empresa.

2.5.3. Modelo de Europa

El modelo se basa principalmente en el análisis realizado a 2,419 anuncios europeos de adquisiciones y fusiones entre 28 países de Europa y el Reino Unido, con la finalidad de comparar el beneficio de las adquisiciones y fusiones en el mercado de capitales entre accionistas aplica modelos de regresión lineal como el objetivo identificar el impacto de las adquisiciones en el patrimonio de los accionistas, costo de capital, rendimiento corporativo y distribución de beneficios entre las grandes adquisiciones para los accionistas mayoritarios versus la rentabilidad para los pequeños accionistas. Las dimensiones que considera son: (a) Estructura de propiedad, (b) dependencia de la propiedad con el derecho a voto, (c) ámbito de la industria, (d) medios de pago de las ofertas públicas, (e) estado legal de las firmas, (f) ámbito geográfico; y (g) tipo de adquisición.

El modelo evidencia la importancia de regular el proceso de compra en el mercado de capitales frente a las consecuencias de los problemas de agencia y conflictos de interés entre las empresas licitadoras que se benefician del proceso de ventas de acciones a costa del accionista minoritario (Martynova & Renneboog, 2011).

Determina que el entorno corporativo, la estructura de propiedad y las legislaciones de los países frente al mercado de adquisiciones y fusiones son factores importantes que afectan la reacción del mercado de las adquisiciones por ende se debe buscar un marco de: (a) Protección de los derechos del accionista, (b) protección de los derechos del accionista minoritario; y (c) protección de los derechos del acreedor.

2.5.4. Modelo de Fiji

Khan, Chand y Patel (2013) investigaron el nivel de divulgación de información voluntaria de las empresas que cotizan en la Bolsa de Valores del Pacífico Sur (SPSE), soportando su investigación con la adopción de un enfoque de análisis de contenido que

evalúa detalladamente y minuciosamente los tipos de revelación proporcionada por las empresas en sus informes anuales, realizando un análisis de dos niveles. El primer análisis, seleccionó 14 empresas que figuran en la SPSE con la finalidad de determinar el grado de divulgación voluntaria en su información financiera anual de los periodos 2009 y 2010, teniendo como dimensiones de estudio: (a) Información estratégica, (b) responsabilidad social corporativa, (c) información financiera; e (d) información no financiera. El segundo análisis determina la influencia de la estructura de propiedad en el nivel de divulgación de información, mediante el estudio de tres empresas cuya estructura de propiedad es familiar y tres empresas de propiedad institucional.

La investigación utiliza como unidad de medida de divulgación, el número de revelaciones dadas a conocer en cada categoría. El resultado de la investigación concluye que la divulgación de información voluntaria en las empresas de Fiji es muy baja ya que solo seis de cada 14 empresas revelan información estratégica e información social corporativa en sus informes anuales. Finalmente los resultados revelan también que hay menor divulgación de información voluntaria en las empresas cuya estructura de propiedad es familiar.

2.5.5. Modelo de Colombia

Trujillo y Guzmán (2015) investigaron sobre la divulgación de información de las empresas que cotizan en las seis principales Bolsas de Valores de Latinoamérica, permitiendo entender la relación que existe entre el desempeño de la empresa y las mejores prácticas de divulgación de información. Para ello, construyó un índice compuesto que contiene nueve dimensiones y 50 variables, cuyo detalle se visualiza en la Tabla B2, dicho índice permitió evaluar de manera minuciosa la relación que existe entre la divulgación de información, la transparencia corporativa y el desempeño financiero de las empresas que cotizan en los principales mercados capitales de Latinoamérica. La investigación analiza a 454 empresas: 46 empresas argentinas, 89 de Brasil, 132 para Chile, 41 empresas colombianas, 83 en México y 63 en Perú, adicionalmente el análisis abarca hasta el nivel de sectores económicos que están

relacionadas directamente con el nivel de bursatilidad de la empresa e identificación del accionista mayoritario.

El cálculo del índice se dividió en dos etapas, la primera etapa es la puntuación que se le asigna a cada variable, es decir, se le asignó el valor cero si no divulgaba la información y con uno si la información estaba divulgada. La segunda etapa es el valor del índice que corresponde al porcentaje de las variables que divulgan información entre el total de variables evaluadas. Cabe considerar que ésta investigación no realiza ningún proceso de ponderación y se asigna el mismo peso a cada una de las variables, esto implica que la información divulgada en las variables de cada dimensión tiene la misma importancia para los diferentes grupos de interés.

El resultado de la investigación revela que la transparencia de las empresas Latinoamericanas se ha incrementado en 4.4 puntos porcentuales, sin embargo el 40 por ciento de las variables que constituyen el índice no divulgan información, especialmente con las dimensiones relacionadas a junta directiva, dimensión social y gobierno corporativo. Otro resultado importante que revela la investigación es la transparencia a nivel de sectores, los sectores con mayor índice de transparencia son sectores de actividad inmobiliario, educación, hoteles y restaurantes, explotación de minas, electricidad, gas y agua; en cambio los sectores con bajo índice de transparencia son los sectores vehicular de inversión, pesca, agricultura, ganadería, caza y otros sectores comunitarios y sociales. Otro resultado importante que revela la investigación es la relación directa que existe entre transparencia y los niveles de bursatilidad, en donde se observa que a mayor transparencia hay mayor nivel de bursatilidad, adicionalmente revela que existe una diferencia sustancial en el índice de transparencia entre aquellas empresas que tienen alto y bajo nivel de bursatilidad.

Por lo tanto, la investigación demuestra que existe una relación directa entre la divulgación de información y el valor que tienen las empresas en Latinoamérica

especialmente para aquellas empresas que cotizan en las principales Bolsa de Valores de América Latina.

2.5.6. Modelo de Estados Unidos

Debido a la ausencia de una información de calidad disponible por los inversionistas el modelo surge en 1860 con publicaciones de los análisis de riesgo crediticio desde 1916 para inversionistas de todo el mundo. El modelo se basa en el análisis de los factores de riesgo en función a tres enfoques: Riesgo del negocio, financiero y geopolítico, siendo este último enfoque orientado al interés de los Gobiernos Soberanos (Standard & Poor's, 2010). El modelo tiene un enfoque mixto de análisis que equilibra los factores: cualitativo y cuantitativo, en su enfoque cuantitativo el análisis mixto para cubrir aquellos aspectos que el análisis cuantitativo no puede capturar del objeto de análisis y sus procedimientos están en función al perfil de la empresa. Posee 10 escalas de calificación que van del AAA a D tal como se observa en la Figura 3 (Standard & Poor's, 2016).

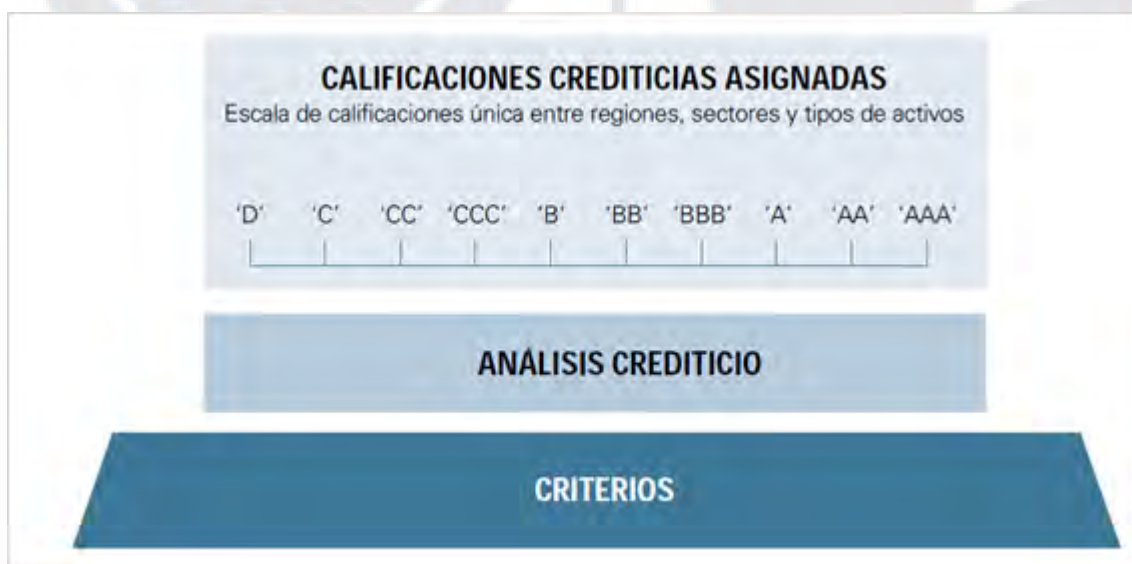


Figura 3. Escalas de calificación crediticio.

Tomado de la guía sobre los criterios de las calificaciones crediticias de Standard & Poor's (2010).

Los factores generales durante el proceso de calificación considerados en el perfil de Metodología de Análisis (*RAMP, Rating Analysis Methodology Profile*) son: (a) Ámbito de la

industria, (b) entorno del mercado donde se desarrollan, (c) estructura legal de la empresa: practicas, políticas y procedimientos administrativos en el manejo de activos, (d) estructura crediticia: calidad, flujo de efectivo y garantías crediticias en caso de incumplimiento; y (e) evaluación de vulnerabilidad: tendencias de comportamiento crediticio (Standard & Poor's, 2016).

Las calificaciones de Standard & Poor's tiene enfoque en las prácticas de gobierno corporativo e implementan los factores siguientes: (a) Influencia del accionista, (b) derechos de los accionistas, (c) transparencia, auditoria y gestión de riesgo de empresas: y (d) eficacia de la junta, proceso estratégico e incentivos.

Los criterios y el uso del modelo poseen atributos específicos del tipo de empresa, sector industrial o gobierno que analice por tanto los factores de calificación varían según el giro de la industria donde se aplicaran porque poseen componentes cualitativos y cuantitativos. Actualmente los criterios se basan en dos enfoques, riesgos de negocio y financiero y riesgo de gobierno geopolítico con ocho criterios diferentes de modelo: (a) Corporaciones, (b) Instituciones Financieras y (c) Seguros (d) Estructuras financieras, (e) infraestructura, (f) Gobernanza, (g) Legal; y (h) General (Standard & Poor's, 2014).

2.6. Resumen del Capítulo

En Europa desde el año 2001 se legisla sobre la materia de transparencia en las corporaciones. La necesidad de la transparencia en la información tuvo un punto de quiebre cuando en el año 2002 en Estados Unidos de Norteamérica se promulgó la ley Sarbanes-Oxley para proteger los intereses de los distintos grupos de interés de empresas que cotizan en bolsa de valores a raíz de los escándalos financieros que protagonizaron Enron y Worldcom.

En Latinoamérica, los primeros inicios de transparencia se dieron en Brasil con la promulgación de la Constitución Federal que incorpora políticas de transparencia en el sector público. En el Perú, el estado ha realizado grandes esfuerzos para transparentar la

información del sector público mediante la promulgación en el año 2002 de la “Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública N 27806” y para el sector privado la Superintendencia de Mercado de Valores ha establecido reportes de cumplimiento para aquellas empresas que cotizan en bolsa de valores como el Reporte sobre el Cumplimiento del Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas.

La transparencia corporativa tiene alcance a nivel de gestión estratégica, a nivel financiero contable, a nivel de responsabilidad social corporativa y a nivel social teniendo todas ellas un denominador común el cual es la divulgación, dichos enfoques serán las bases del criterio de selección de los componentes para el modelo propuesto.

2.7. Conclusiones

No existe un modelo único de transparencia corporativa debido a que pueden ser contruidos considerando diversos enfoques dependiendo de la relevancia de la información. El investigador puede considerar los enfoques y criterios de evaluación para la selección de los componentes (dimensiones, variables, subvariables y factores de medición) para diseñar el modelo de índice de transparencia corporativa en base al impacto que tiene cada componente en el índice de transparencia corporativa.

Los modelos revisados de transparencia corporativa son instrumentos de medición objetivos, coherentes y verificables, donde los componentes o dimensiones reflejan la realidad de los países considerando diversos criterios de evaluación.

Las revisiones literarias previas permiten identificar dimensiones comunes: (a) Información estratégica, (b) información financiera, (c) responsabilidad social, (d) estructura de propiedad; y (e) tamaño de empresa, que sirven de base para definir otros modelos y con ellos construir los componentes del índice del modelo propuesto en la investigación.

Capítulo III: Metodología

El presente capítulo se enfoca en la metodología empleada en la investigación que describe el diseño de la investigación, la conveniencia del diseño, la población y muestra, la recolección y análisis de datos, los instrumentos de la investigación y la metodología empleada para la creación del índice de transparencia.

3.1. Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación permite cumplir con el objetivo buscado el cual detalla las características y propiedades importantes del sector. Por lo tanto, el diseño de la investigación tiene un alcance descriptivo con enfoque cuantitativo, de tipo correlacional y transversal; se tomará una muestra no probabilística representativa del sector agroindustrial exportador, según se muestra en la Figura 4.

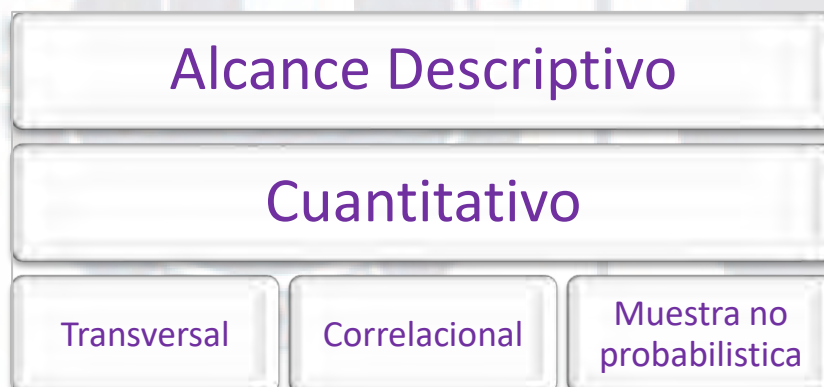


Figura 4. Alcance de la investigación.

Adaptado de *Metodología de la investigación* (6ª ed., p.89), por P. Baptista y C. Fernández, 2014, México D.F., México: Mc Graw Hill.

3.2. Conveniencia del Diseño

La investigación es descriptiva porque especifica características de las variables definidas por lo tanto se describe tal cual son observados. Es correlacional porque asocia las variables que impactan en el cálculo del índice de transparencia corporativa de las empresas agroindustriales del Perú. Es cuantitativo porque recolecta datos estructurados para medir el índice de transparencia corporativa a través del análisis estadístico y establecer un patrón de medición del comportamiento de las empresas analizadas.

Es no exploratorio debido a que no existe interacción con las empresas a evaluar. El análisis realizado es transversal porque obtiene datos de fuentes consultadas. La muestra es no probabilística.

Por lo expuesto anteriormente, la información está basada en la estrategia de recolección de datos de páginas web corporativas, entidades reguladoras e instituciones especializadas (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

3.3. Población y Muestra

Ben-Zvi y Garfield (2008) manifestaron que es necesario definir la unidad de muestreo de tal manera que permita la generalización de los resultados de una muestra a una población. La importancia de este análisis radica en el método o métodos que permitan dar conclusiones significativas de toda una población con la información analizada proporcionada por una sola muestra o un experimento. Tamayo (1997) indicó que la población es definida como el total del fenómeno a estudiar en donde las unidades de la población estudiada tienen una característica común y generan los datos de la investigación a estudiar. La muestra es un subconjunto representativo y finito que es extraído de una población accesible, el cual es definido por su tamaño y características en su conjunto.

La población está constituida por 147 empresas agroexportadoras privadas, detalladas en la Tabla C1 cuya estructura de propiedad es diversificada según se muestra en la Figura 5.

3.4. Perfil de la Muestra

La presente investigación analiza 29 empresas agroindustriales exportadoras que son mayoritariamente de origen familiar, con participación de inversionistas externos y que no necesariamente cotizan en la bolsa de valores. De las cuales 20 empresas fueron seleccionadas en base al ranking de las mayores agroexportadoras a nivel valores FOB publicadas por la SUNAT durante el periodo 2017 y nueve empresas que cotizan en la bolsa de valores, detalladas en la Tabla 1 y la Tabla C2.

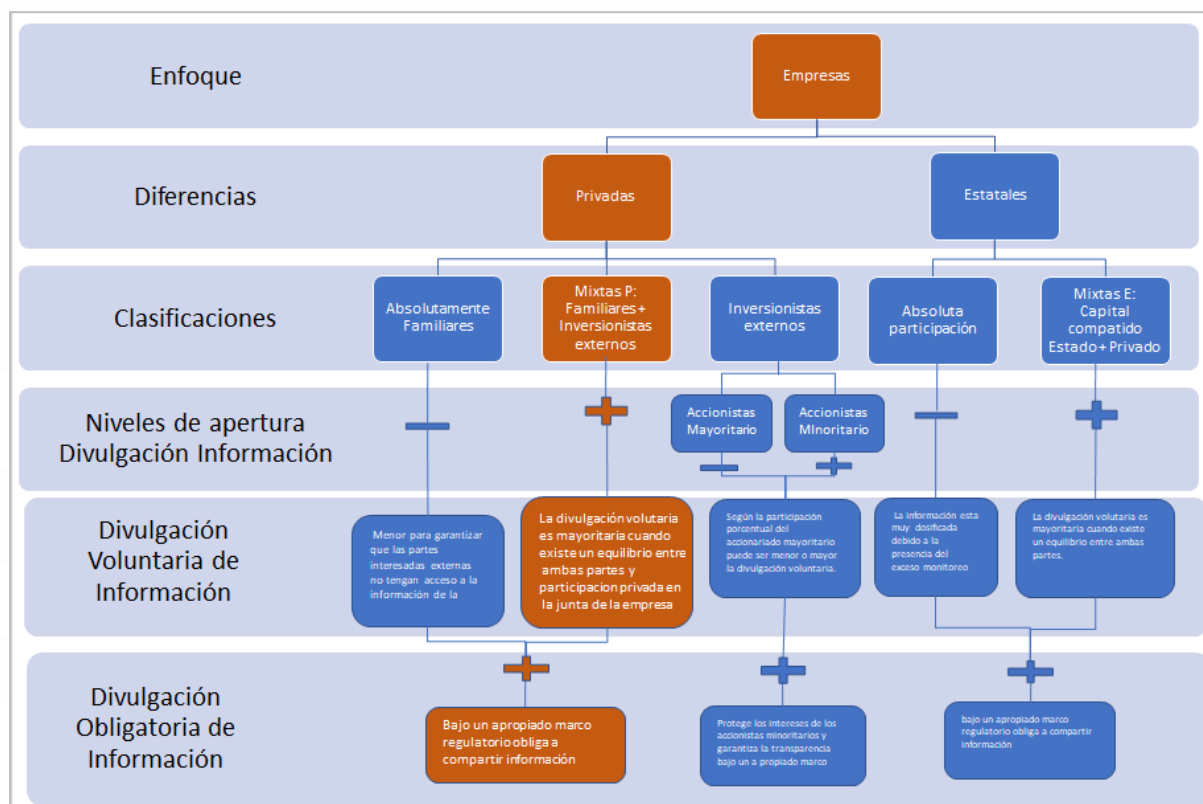


Figura 5. Población y muestra con impacto en la estructura de propiedad.

Tabla 1

Empresas Agroindustriales que Participan en la Investigación

N°	Empresas	Cotiza en BV	Familiar	Participación Directorio
1	Camposol S.A.	No	Si	100% Diversificada
2	Sociedad Agrícola Drokasa S.A.	Si	Si	100% Diversificada
3	Perales Huancaruna S.A.C.	No	Si	66% Familiar y 34% Externos
4	Sociedad Agrícola Virú S.A.	No	No	N.E
5	Danper Trujillo S.A.C.	No	Si	33% Familiar y 67% Externos
6	Complejo Agroindustrial Beta S.A.	No	No	100% Diversificada
7	Hortifrut-Tal S.A.C.	No	Si	27% Familiar y 73% Externos
8	Hass Peru S.A	No	Si	33% Familiar y 67% Externos
9	Agroindustrial AIB S.A.C	Si	Si	100% Diversificada
10	El pedregal S.A	No	Si	45% Familiar y 55% Externos
11	Dominus S.A.C	No	No	100% Diversificada
12	Agrícola Chapi S.A.	No	Si	42% Familiar y 58% Externos
13	Agro Fergi S.A.C.	No	Si	100% Familiar
14	Gandules INC SAC	No	No	100% Diversificada
15	Blueberries Peru S.A.C.	No	No	100% Diversificada
16	Agroindustrias Golden Fresh S.A.C.	No	No	100% Diversificada

Empresas Agroindustriales que Participan en la Investigación (Continuación)

N°	Empresas	Cotiza en BV	Familiar	Participación Directorio
17	Ecosac Agrícola S.A.C.	No	Si	50% Familiar y 50% Externos
18	Agrícola y Ganadera Chavin de Huantar SA	Si	Si	100% Familiar
19	Empresa Agrícola San Juan S.A	Si	Si	100% Diversificada
20	Green Peru S.A	No	No	100% Diversificada
21	Agro industrial paramonga S.A.A	Si	Si	54% Familiar y 46% Externos
22	Villa Andina S.A.C	No	Si	40%Familiar y 60% Externos
23	Agrolmos S.A	No	Si	30% Familiar y 70% Externos
24	Cartavio S.A.A	Si	Si	25% Familiar y 75% Externos
25	Agroindustrias San jacinto S.A.A	Si	Si	23% Familiar y 77% Externos
26	Casa grande S.A.A	Si	Si	10%Familiar y 90% Externos
27	Agroindustrial laredo S.A.A	Si	No	100% Diversificada
28	Limonos Piuranos S.A.C.	No	Si	100% Diversificada
29	Cafetalera Amazonica S.A.C.	No	No	100% Diversificada

3.5. Recolección de Datos

Después de definir el diseño de la investigación, determinar la población y la muestra se continua con la etapa de recolección de datos (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

Al analizar y obtener la información divulgada en las fuentes primarias y secundarias se completan las tablas y se determina los valores de las variables de la ecuación del índice de transparencia corporativa.

La investigación obtiene datos de la siguiente manera: (a) Información divulgada por las empresas que cotizan en la bolsa de valores, donde la información divulgada tiene origen obligatorio, (b) información divulgada por empresas que no cotizan en la bolsa de valores, donde la información divulgada es de naturaleza voluntaria. Ambas características no son excluyentes para el análisis del índice de transparencia por la naturaleza correlacional que se definió para la investigación.

Durante la etapa de recolección de datos se obtuvo información de fuentes primarias o secundarias según el tipo de divulgación de información, las cuales fueron relacionadas con cada una de las dimensiones del modelo, según se aprecia en la Tabla 2.

Tabla 2

Fuentes de Información Según Tipo de Divulgación de Información

Dimensión	Divulgación Obligatoria	Divulgación Voluntaria
1. Información Estratégica	Bolsa de valores Superintendencia de Mercado de Valores Empresas Certificadores de Riesgo	Página Web Corporativa (Reporte Sostenibilidad) Empresas Certificadoras de Riesgo
2. Información Financiera	Bolsa de valores Superintendencia de Mercado de Valores	Página Web Corporativa
3. Responsabilidad Social Corporativa	Bolsa de valores (Anuario 2017) Página Web Corporativa (Reporte de Sostenibilidad)	Página Web Corporativa (Reporte Sostenibilidad) Evaluadoras de RSE a nivel nacional e internacional
4. Dimensión Social	Bolsa de valores Superintendencia Nacional Tributaria Superintendencia de Mercado de Valores	Página Web Corporativa Ministerio de Agricultura

3.6. Instrumento de Investigación

Los instrumentos de investigación son herramientas fundamentales que valoran eficientemente a los fenómenos de la investigados obteniendo conclusiones que permite integrar la estructura de la investigación, para ello es importante que dicha herramienta genere confiabilidad, validez y objetividad, condiciones necesarias en un proceso de investigación (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

Uno de los instrumentos más empleados en la investigación y la medición de fenómenos de carácter social es el cuestionario, por su versatilidad puede ser utilizada para medir aspectos cualitativos y cuantitativos (Muñoz, 2003). Sin embargo, en la presente investigación no se empleará encuestas debido a que presentan dos grandes inconvenientes: restan confiabilidad y objetividad (Garay & González, 2005). El modelo propuesto de índice de transparencia corporativa requiere objetividad y confiabilidad por lo tanto la información que se obtiene se basa principalmente en la divulgación de información que realizan las empresas en las fuentes públicas e imparciales.

3.7. Metodología para la Creación del Modelo

Para la construcción del índice de transparencia corporativa se utiliza los lineamientos propuestos por la OCDE la cual se presenta en la Figura 6, determinándose que el índice es

un indicador compuesto, que resulta de una combinación matemática de indicadores individuales parciales que contribuyen en su conjunto al propósito de la investigación (Nardo, Saisana, Saltelli, & Tarantola, 2005).

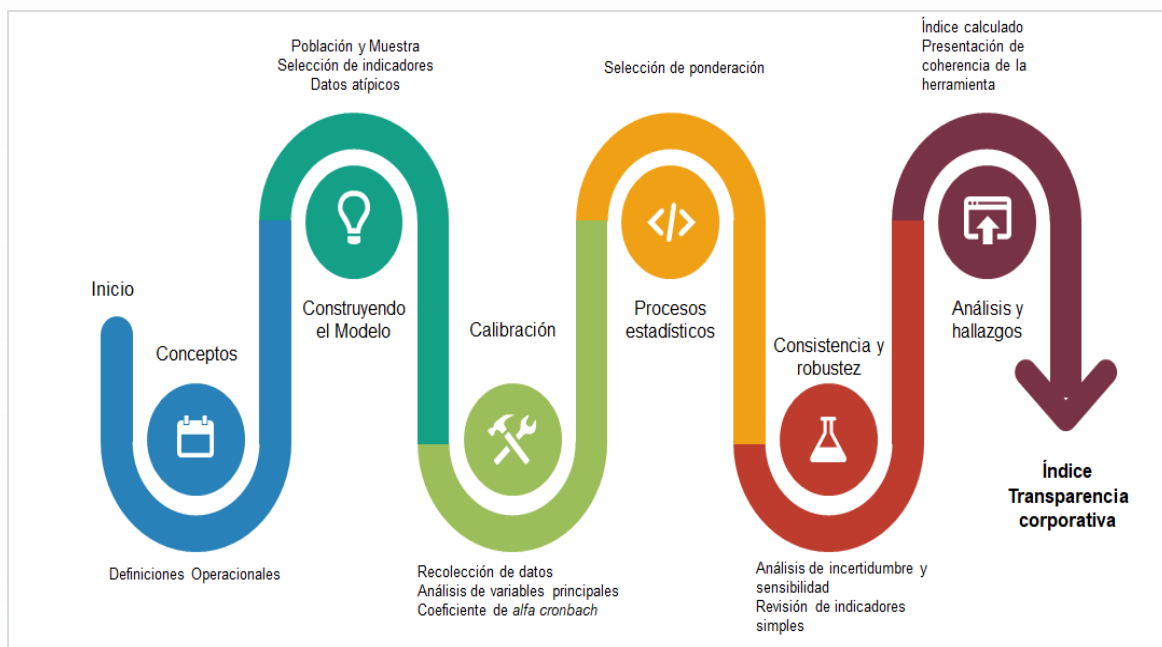


Figura 6. Etapas de la metodología para la creación del índice de transparencia. Adaptado de OCDE (2008). Handbook on Constructing Composite Indicators

3.7.1. Conceptos

Definiciones operacionales. Se debe seleccionar y combinar las variables de un indicador compuesto significativo en la que se contempla la participación de expertos y las partes interesadas, de esta manera se puede comprender y definir el modelo de naturaleza multidimensional a medir y el esfuerzo para especificar los aspectos individuales y su interrelación (Nardo et. al., 2005). Las definiciones operacionales son necesarios para estructurar las sub-variables del modelo y la compilación de la lista de criterios de las variables subyacentes (OCDE, 2008). El detalle de las definiciones operacionales se encuentra en el Capítulo I.

3.7.2. Construyendo el modelo

Selección de indicadores. En base a la solidez analítica, los indicadores expresan diferentes aspectos del modelo y la relación que existen entre sí (Nardo, 2005), siendo relevante su selección para validar la calidad, analizar las fortalezas y debilidades de cada

indicador analizado y crear una tabla resumida sobre las características de los datos de los diferentes aspectos del modelo estadístico (OCDE, 2008). El detalle de la selección de las variables se encuentra en el Capítulo IV.

Valores atípicos / Valorización de datos faltantes. Existen varios métodos de regresión (simple o múltiple), las ventajas son la minimización del sesgo y el uso de datos difíciles de recopilar que de otro modo se descartarían y la desventaja es que los resultados se vean afectados por el algoritmo de regresión utilizado (Nardo, 2005). La regresión permite estimar los valores faltantes, proporcionar una medida de la confiabilidad de cada valor, evaluar el impacto de la regresión en los resultados del indicador compuesto y discutir la presencia de valores atípicos en el conjunto de datos (OCDE, 2008).

3.7.3. Calibración del modelo

Análisis multivariado. El índice compuesto analiza la estructura y la congruencia de los datos obtenidos para comprender los impactos de las opciones metodológicas durante la fase de construcción (Nardo et. al., 2005). El análisis multivariado se realiza en base al análisis de indicadores simples e indicadores por país que permite identificar el grupo de indicadores o grupo de países que son estadísticamente similares y comparar la estructura del índice identificando las posibles diferencias (OCDE, 2008). Los métodos que permiten validar la consistencia del modelo propuesto son: Análisis de componentes principales, análisis factorial, coeficiente *Alfa Cronbach* y análisis de *clúster*.

El análisis de componentes principales (ACP) permite evaluar las variaciones de las diferentes variables y como se relacionan entre sí, la presente investigación no utiliza este método para el análisis de correlación de las variables por ser muy sensible cuando se presentan valores atípicos y causa variación errada en los datos.

El coeficiente *Alfa de Cronbach*, permite evaluar la consistencia de los indicadores simples o los factores de medición agrupados en una dimensión. Si la correlación es alta, entonces hay evidencia de que los indicadores simples están midiendo la misma dimensión,

adicionalmente, un alto coeficiente *Alfa de Cronbach*, indica que los indicadores individuales miden bien la dimensión en estudio. Por lo tanto para la investigación se utiliza este método que permite medir la consistencia interna de los indicadores individuales o agrupados en una dimensión. El detalle del cálculo y resultado del coeficiente *Alfa de Cronbach* se encuentra en el Capítulo IV.

El análisis de *clúster*, permite evaluar a través de la agrupación de países generando una idea de la estructura del conjunto de datos, al ser una herramienta descriptiva puede generar subjetividad y poca transparencia, por lo tanto la investigación no utiliza este método.

Normalización. Cada vez que los indicadores evaluados en un conjunto de datos no son comparables entre sí y/o tienen diferentes unidades de medición, es necesario llevar estos indicadores a la misma unidad, para evitar comparar en diferentes unidades de medida. La normalización sirve principalmente para este propósito y el método a utilizarse debe tener en cuenta las propiedades de los datos y los objetivos del indicador compuesto (OCDE, 2008). En la presente investigación, el modelo propuesto no requiere de normalizar debido a que las variables de cada dimensión tienen igual unidad de medida.

3.7.4. Procesos estadísticos

Ponderación y agregación. Los indicadores requieren ser ponderados y agregados en base al marco teórico definido para la construcción del índice y es necesario identificar la correlación que existe entre cada uno de los indicadores (OCDE, 2008). Se pueden asignar diferentes ponderaciones a los indicadores individuales según la importancia o impacto económico, los pesos generalmente tienen un impacto importante en el valor del índice compuesto por ello es necesario ser explícitos y transparentes durante la asignación de la ponderación. La ponderación está fuertemente relacionada con la información obtenida en las diferentes dimensiones, diferentes reglas de agregación son posibles, los subindicadores se pueden resumir, multiplicar o agregar utilizando técnicas no lineales. Cada técnica involucra diferentes suposiciones y tiene consecuencias específicas (OCDE, 2008).

Por lo tanto, en la investigación el método a utilizar es la ponderación equitativa y la compatibilidad con el método de agregación se visualiza en la Tabla 3.

Tabla 3

Compatibilidad entre Método de Ponderación y Agregación

Método Ponderación	Lineal	Método de Agregación Geométrico	Multicriterio
Ponderación Equitativa	Si	Si	Si

Nota. Adaptado de "Handbook on constructing composite indicators," por Organisation for economic co-operation and development, 2008.

3.7.5. Consistencia y robustez

Análisis de incertidumbre y sensibilidad. Durante la creación del índice compuesto se asignan valores a través de juicio experto e implica que el indicador contiene un componente de subjetividad que puede afectar a los resultados finales (Nardo et al., 2005). Por ello, es necesario medir la solidez del mismo aplicando análisis de sensibilidad e incertidumbre, el resultado permite comprender el origen de la incertidumbre en la elaboración con el índice de transparencia que permita minimizarlo y lograr que el modelo sea robusto (OCDE, 2008). El detalle del análisis de incertidumbre y sensibilidad se encuentra en el Capítulo IV.

Retornar al detalle: descomponetización. Descomponer los índices compuestos a índices simples o individuales permite identificar el valor agregado de los índices simples al indicador global, utilizando para ello diversas herramientas como el modelado de ecuaciones estructurales, el análisis de rutas y las redes bayesianas que permiten una mayor comprensión de la relación del índice compuesto con sus componentes (OCDE, 2008). Realizar un análisis de los indicadores simples mostrará las fortalezas y debilidades del índice compuesto, no existiendo una forma consensuada de representarlos gráficamente siendo los más usados los diagramas de araña y semáforos (OCDE, 2008). La descomposición del índice compuesto a índices individuales se revela en el Capítulo IV.

Conexión con otros indicadores. Se debe verificar los resultados hallados en el índice compuesto o en sus dimensiones mediante la correlación del índice con otros similares ya

publicados, identificando para ello los elementos vinculantes a través de regresiones, graficándose por medio de tabulaciones cruzadas simples. La correlación revela que la variación en dos grupos de datos es semejante (OCDE, 2008). Con la culminación de este paso se cumplió con lo siguiente: (a) correlacionar el índice con otros similares relevantes ya publicados tomando en cuenta los resultados obtenidos en el análisis de sensibilidad, (b) desarrollar la narrativa explicativa en base a los resultados obtenidos (OCDE, 2008), tal como se aprecia en el Capítulo IV.

3.7.6. Análisis y hallazgos

Presentación y difusión de resultados. Este paso difunde en forma clara y precisa los resultados obtenidos en el índice, con la finalidad de que los diversos grupos de interés encuentren revelaciones que le permitan tomar decisiones oportunas y confiables. En esta etapa el aspecto visual es fundamental debiendo el investigador tomar la decisión de incluir: tablas, gráficos o ambos (OCDE, 2008), tal como se aprecia en el Capítulo V.

3.8. Resumen

El diseño de la investigación será cuantitativo del tipo transversal, correlacional con una muestra no probabilística para el análisis de la información recolectada de las empresas exportadoras agroindustriales. La recopilación se basa en la información de fuentes primarias o secundarias que divulgan la información de las empresas agroexportadoras, las cuales se relacionaron con cada una de las dimensiones del modelo propuesto de índice de transparencia corporativa.

Para la construcción del índice de transparencia corporativa se utilizó la metodología de la OCDE basado en la definición de los conceptos, construcción del modelo, calibración del modelo, procesos estadísticos, consistencia, robustez y finalmente el análisis de resultados para el cálculo del índice compuesto.

Capítulo IV: Propuesta de Índice de Transparencia Corporativa

El presente capítulo desarrolla la propuesta del modelo de índice de transparencia corporativa, para ello se establece una metodología que consta de las siguientes etapas: sustentar el modelo propuesto, definir los componentes del modelo propuesto, definir las dimensiones, establecer la formulación, definir la ponderación, establecer la valorización de dimensiones y factores de medición, establecer la escala de calificación y determinar la validez y confiabilidad del modelo propuesto.

4.1. Modelo Propuesto de Índice de Transparencia Corporativa

El modelo propuesto de índice de transparencia corporativa se respalda en la definición de transparencia corporativa que es la acción de divulgar con calidad y veracidad la información financiera y otras actividades que impactan a los grupos de interés. El desarrollo del modelo se basa en el análisis de los diferentes modelos ya existentes que permitió centrar el propósito de la investigación cubriendo los cuatro principales enfoques estratégicos de una empresa: la gestión estratégica, financiero y contable, responsabilidad social y recursos humanos. Existen otros enfoques estratégicos que no han sido considerados en la presente investigación debido a que no tienen relevancia en la divulgación de información para el desarrollo del índice de transparencia corporativa. En la Tabla 4 se detalla los criterios de evaluación para la selección de los componentes del modelo propuesto, la cual se basa principalmente en cuatro enfoques y en el análisis de los modelos referentes.

La revisión de la literatura, descrita en el Capítulo II, la evaluación realizada para definir los componentes del índice (dimensiones, variables, subvariables y factores de medición), la definición de las fuentes para la recolección de datos, la ponderación y valorización de los factores de medición, permitieron definir el índice de transparencia que se soportó en el proceso metodológico propuesto por la OCDE para la creación del índice de transparencia corporativa.

Tabla 4

Crterios de Evaluación para la Selección de Componentes del Modelo

Criterio Evaluación	Dimensiones					
	Modelo Chile	Modelo Hong Kong y Singapur	Modelo Europa	Modelo Fiji	Modelo Colombia	Modelo Estados Unidos
Gestión Estratégica	Presentación y negocios	Tamaño de empresa	Estructura de Propiedad	Información Estratégica	Junta Directiva	Información Estratégica
	Información para el inversionista	Estructura de Propiedad	Dependencia de la propiedad con el derecho al voto		Resumen Ejecutivo	Estructura de Propiedad
	Gobierno Corporativo		Ámbito de la industria		Información de la empresa	
Financiero y Contable	Información financiera	Apalancamiento de la empresa	Medios de pagos de las ofertas públicas	Información Financiera	Informe económico	Información Financiera
		Auditable de la empresa	Tipo de Adquisición			
		Rentabilidad de la empresa				
Responsabilidad Social	Responsabilidad Social Empresarial			Responsabilidad Social Corporativa	Responsabilidad Social	
	Responsabilidad Social Ambiental				Responsabilidad con otros grupos de interés	
Recursos Humanos				Información no Financiera	Dimensión Social	
Otros	Misceláneo	Multicolinealidad de la empresa			Gestión de Riesgos	

4.2. Componentes del Modelo Propuesto

Para el modelo propuesto se ha recolectado información, obteniéndose 1.566 observaciones de las 29 empresas enfocado en cuatro dimensiones, 16 variables, 33 sub variables y 54 factores de medición, la cual se ha sometido a validez y confianza que permite obtener el valor del índice de transparencia corporativa (ITC), los resultados por dimensión y empresas, según se muestra en la Figura 7.

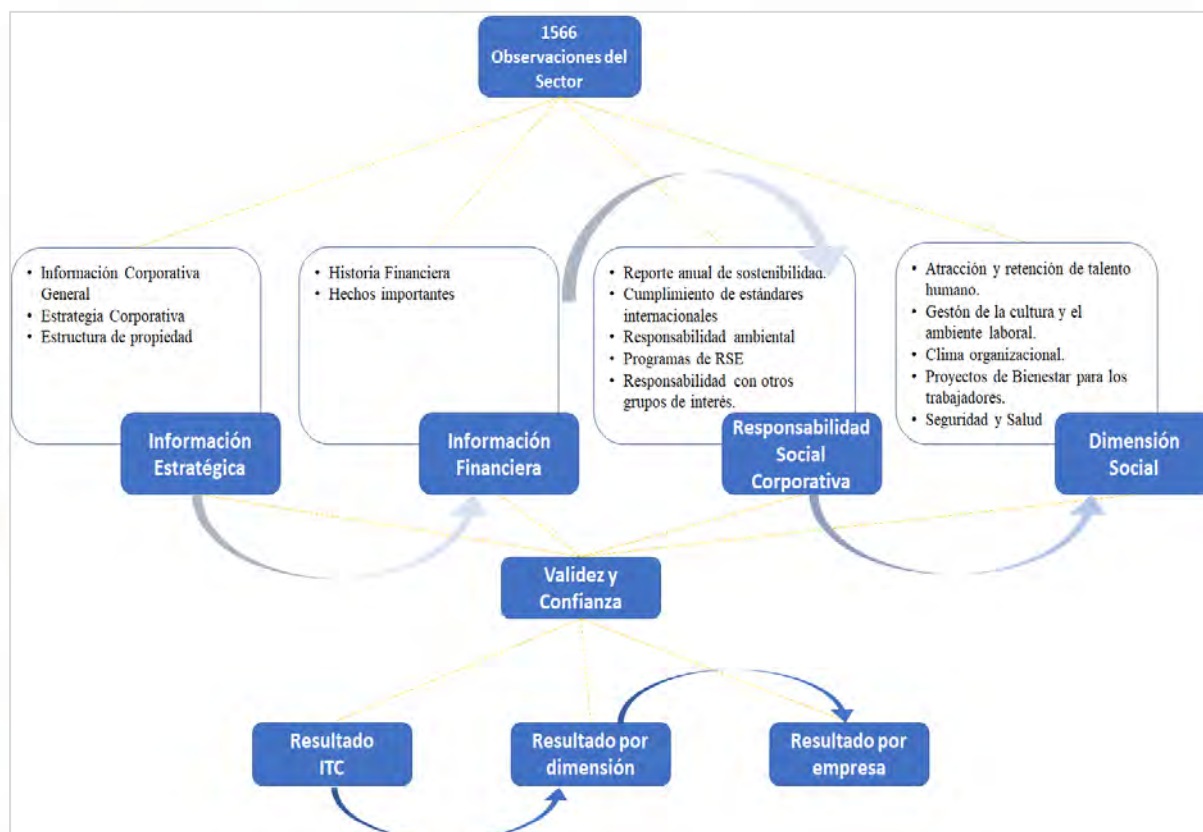


Figura 7. Componentes del modelo propuesto.

4.3. Definición de las Dimensiones

La selección de las dimensiones, variables, subvariables y factores de medición que componen el índice de transparencia corporativa está soportada en los modelos referentes de las investigaciones previas, descritas en el Capítulo II y que se visualiza en la Tabla D1. Las dimensiones definidas serán los componentes principales del índice que en conjunto generan resultados sobre el nivel de transparencia que tiene un sector o una industria. En tanto, las variables y los factores de medición son aquellas que dan significado y correlación a cada una de las dimensiones. Cada dimensión analiza diferentes criterios, que han sido establecidos en

el Capítulo II y cuyos resultados permite determinar la relación existente con los coeficientes de la ecuación del modelo propuesto de índice de transparencia corporativa. Por lo tanto, las dimensiones que se definen para el modelo propuesto son cuatro: (a) Información estratégica, (b) información financiera, (c) responsabilidad social corporativa; y (d) dimensión social.

4.3.1. Dimensión de información estratégica

La globalización y el avance en los sistemas de información permiten a los tenedores de información estratégica optimizar los recursos de la empresa mediante la gestión eficiente de los recursos del conocimiento, plasmado en la información que se cuenta de la empresa, del sector, competidores y entorno (Rodríguez & Gómez, 2015). Las variables y sub-variables que la comprenden están detalladas en la Tabla 5. El conocimiento y la correcta gestión de la información son fundamentales en el desarrollo de las organizaciones constituyéndose en factores críticos del éxito de las empresas (Trujillo, Febles, León, & Betancourt, 2013).

Tabla 5

Variables y Subvariables de la Dimensión de Información Estratégica

N°	Variable	Sub-variable	Enfoque
1	Información Corporativa General	Tamaño de la Empresa	El tamaño de la empresa es calificada como pequeña, mediana y gran empresa, siendo los criterios de evaluación : a) facturación total de la empresa, b) valor FOB exportado, c) número de trabajadores
		Reseña Histórica	Información de la fundación de la empresa, evolución a largo del tiempo, giro de negocio, los productos que produce o comercializa. Considerando en el modelo : a) orígenes, b) evolución
2	Estrategia Corporativa	Misión	Propósito de la empresa
		Visión	Futuro deseado
		Políticas y Valores	Elementos que guían el accionar de la empresa
3	Estructura de Propiedad	Resumen Plan Estratégico	Planes de acción para lograr cumplir con el propósito de la empresa y alcanzar el futuro deseado.
		Composición de Accionariado	Composición de propietarios de la empresa. La investigación considera: a) propiedad familiar: b) Mixto, c) identificación plena de los miembros del directorio.
		Composición de Junta de Directorio	Porcentaje de miembros independientes y vinculados a la empresa.
		Perfil Profesional	Descripción de las fortalezas competitivas que identifican la capacidad profesional y laboral de una persona.

4.3.2. Dimensión de información financiera

La información financiera es fundamental en todas las organizaciones transparentes porque permite a los usuarios tomar decisiones sobre la gestión financiera (Stickney et al., 2015), debiendo reflejar fielmente los resultados económicos y la situación financiera de la empresa (Elvira & Amat, 2008), mostrando con veracidad y fiabilidad la información relacionada a su real rendimiento económico (Bhattacharya, Daouk & Welker 2003). Las variables y subvariables que constituyen la dimensión están detalladas en la Tabla 6.

La divulgación transparente de información financiera debe caracterizarse por ser neutral, libre de errores sustanciales y completa (Normas Internacionales de Información Financiera –NIIF, 2016).

Tabla 6

Variables y Subvariables de la Dimensión de Información Financiera

Nº	Variable	Sub-variable	Enfoque
1	Información Financiera	Estados Financieros	Permite conocer la situación financiera y los resultados económicos de la empresa, los cuales son de vital utilidad para los diversos grupos de interés. Está conformada por a) estados financieros auditados, b) notas explicativas.
		Índices Financieros	Se basan en los estados financieros, siendo instrumentos que permiten la evaluación y la toma de decisiones empresariales. Los principales índices considerados en el modelo son: a) liquidez b) rotación de activos, c) solvencia, d) deuda/patrimonio, e) rentabilidad sobre ventas netas %, f) rentabilidad de patrimonio %, g) valor en libros %, h) rentabilidad de actividades ordinarias %
2	Hechos de Importancia	Resumen ejecutivo	Son eventos acaecidos en la empresa cuya importancia relativa puede impactar en el desempeño de la empresa. Los principales hechos de importancia considerados en el modelo están referidos a: a) cambios del accionariado, b) cambios de ejecutivos claves, c) proyectos relevantes de inversión, d) fusiones y adquisiciones.

4.3.3. Dimensión de responsabilidad social corporativa

Es la relación que tiene la empresa con todos los grupos de interés (proveedores, accionistas, clientes, empleados y comunidades) y manejo del medio ambiente, estando la responsabilidad social corporativa por encima del elemento meramente normativo, como consecuencia de la concientización de los líderes de las organizaciones del impacto de la

empresa en los factores internos y externos de la empresa, razón por la cual debe formar parte de sus estrategias empresariales, mediante políticas de empresas voluntarias que busquen una equidad de manera sostenible entre el aspecto económico, aspecto social y medioambiental (Marquina, 2016). En el año 1997 se crea la *Global Reporting Initiative* (GRI) como guía que permite elaborar las memorias de sostenibilidad para que las empresas se evalúen en los aspectos ambientales, sociales y económicos (Skouloudis, Evangelinos & Kourmouis, 2009).

Las variables y subvariables que comprenden la dimensión están detalladas en la Tabla 7. La dimensión de responsabilidad social corporativa es importante para la empresa por que revela sus compromisos y logros establecidos con los grupos de interés de tal manera que mejora su ventaja competitiva a través de una propuesta de valor, así como la adopción de buenas prácticas de beneficio mutuo.

Tabla 7

Variables y Subvariables de Dimensión de RSC

Nº	Variable	Sub-variable	Enfoque
1	Reporte anual de sostenibilidad	Publicación actualizada de Global Reporting Initiative(GRI)	Permite demostrar las mejores prácticas de información pública de los impactos sociales, económicos y ambientales.
		Informe de Sostenibilidad	Permite adoptar las mejores prácticas en reporte y transparencia.
2	Cumplimiento de estándares internacionales	Publicación de Certificaciones	Cumplimiento de estándares internacionales enfocado en estándares de calidad internacional. La cual se revelan a través de publicaciones de certificaciones de las empresas.
3	Responsabilidad ambiental	Instrumentos de Gestión Ambiental	Mediante programas de seguimiento y control ambiental.
		Indicadores	Numéricos sobre su gestión ambiental.
		Gestión ambiental	Conformado por la política ambiental e inversión ambiental (fauna, flora, otros).
4	Programas de RSE	Comunitarios	La promoción de planes de relaciones comunitarios que permita tener unas buenas relaciones con las comunidades cercanas.
5	Responsabilidad con otros grupos de interés	Relación con los proveedores	Nivel de empresas y programas de formación para contratistas.
		Relación con los accionistas	Información los canales de comunicación con los inversionistas.
		Relación con los clientes	Nivel de satisfacción con el cliente.

4.3.4. Dimensión social

Se presentan datos sobre aspectos importantes en la calidad de vida de los trabajadores de la organización en relación con el clima organizacional y bienestar de los trabajadores. Las variables y sub-variables que la comprenden están detalladas en la Tabla 8. La dimensión social es importante porque la empresa revele información sobre aspectos internos clave relacionados con los grupos de interés de la organización que son sus trabajadores.

Tabla 8

Variables y Subvariables de la Dimensión Social

Nº	Variable	Sub-variable	Enfoque
1	Atracción y retención de talento humano	Gestión de talento humano	Contratación de nuevo personal.
		Género	Masculino o Femenino.
		Tipo de contrato	Contrato indefinido, contrato a plazo fijo o determinado.
2	Gestión de la cultura y el ambiente laboral	Medición de desempeño de los empleados	Información sobre el ambiente que existe dentro de la organización y el contexto externo de ella, influido de manera positiva o negativa en el cumplimiento de los objetivos de la organización. Además de la existencia de un proceso de medición de desempeño de los empleados.
3	Clima Organizacional	Reconocimiento	Conformado por los bonos de desempeño.
		Desarrollo profesional	Capacitaciones al trabajador.
4	Proyectos de bienestar para los trabajadores	Calidad de vida de los trabajadores	Información sobre la mejora de la calidad de vida de los trabajadores. El bienestar laboral está conformado por el desarrollo del plan de bienestar del trabajador y el plan de bienestar para la familia.
5	Seguridad y Salud Ocupacional	Seguridad Ocupacional	Plan de acción de seguridad ocupacional.
		Salud Ocupacional	Salud mental y física de los trabajadores.
		Indicadores	Medición de riesgos.
6	Relaciones Laborales	Gestión de sindicatos	Existe la necesidad de defender los derechos de los trabajadores mediante la gestión de sindicatos. Conformado por las mesas de trabajo y el porcentaje colaboradores sindicalizados.

4.4. Formulación

El índice de transparencia corporativo (ITC) tiene la siguiente ecuación:

$$\text{ITC} = 25.93 * (\text{Prom } (X1i)) + 25.93 * (\text{Prom } (X2i)) + 20.37 * (\text{Prom } (X3i)) + 27.78 * (\text{Prom } (X4i))$$

Donde:

X_{1i} = Es la información estratégica de la empresa i

X_{2i} = Es la información financiera de la empresa i

X_{3i} = Es la responsabilidad social corporativa de la empresa i

X_{4i} = Es la dimensión social de la empresa i

4.5. Ponderación

El método de ponderación a utilizar en el modelo propuesto es la ponderación equitativa a nivel de Factores de Medición (FM), según se muestra en la Tabla E1, en la cual se asigna un mismo peso a cada FM debido a que la información que se analiza tiene el mismo impacto. El peso otorgado se considera a nivel porcentual y el valor es obtenido dividiendo un FM entre el total de FM (54 factores) multiplicado por 100.

A nivel de subvariables el peso obtenido para cada una de ellas es la sumatoria de los factores de medición asociadas a cada subvariable. A nivel de variables, el peso obtenido es la sumatoria de las subvariables asociadas a cada variable. A nivel de dimensión, el peso obtenido es la sumatoria de las variables asociadas a cada dimensión. En la Figura 8, se detalla el peso asignado a cada factor de medición, subvariables, variables y dimensiones.

4.6. La Valoración de Dimensiones / Factores de Medición

La calidad de la información recopilada para cada factor de medición será evaluada en la presente investigación a través del Método de Mínimo-Máximo, en la cual cada valor obtenido se convierte en una unidad adimensional, es decir, se encuentra en un intervalo entre cero y uno [0,1], siendo uno el valor que denota el hallazgo de la información y cero el caso contrario. La valoración de las variables se detalla en la Tabla E2.

El resultado de cada dimensión se basa en la siguiente formulación:

$$X_i = \frac{\sum(Z_i)}{Y_i}$$

Donde:

Z_i = Es el valor obtenido en cada factor de medición [0,1]

Y_i = Es el número total de factores de medición que tiene cada dimensión

X_i = Resultado

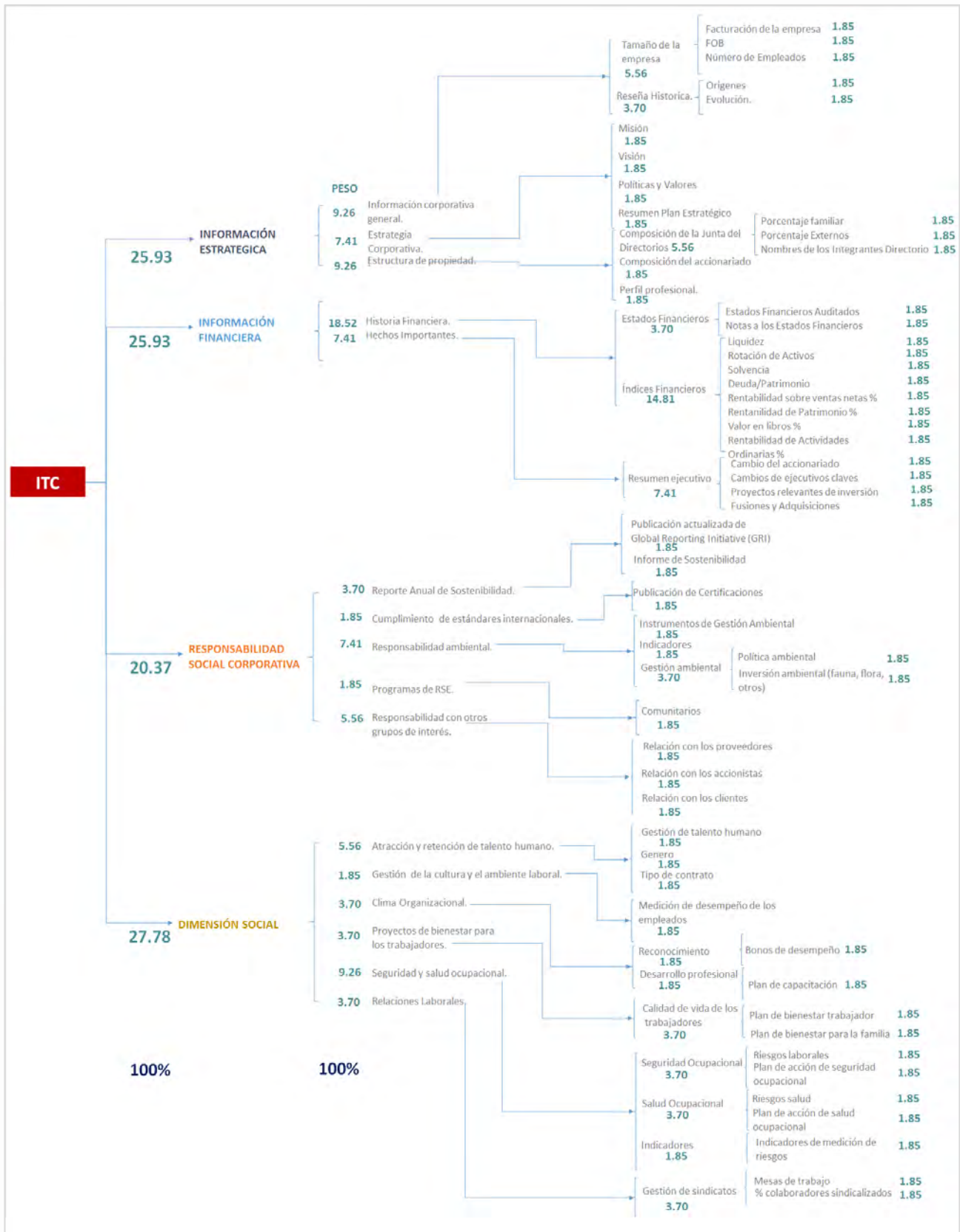


Figura 8. Criterio de ponderación.

4.7. Escala de Calificación

Según los resultados obtenidos en la presente investigación se determina una escala de calificación para el índice de transparencia corporativa, la cual se encuentra categorizada de la siguiente manera: (a) Alto con puntuación entre 91 y 100, (b) medio con puntuación entre 71 y 90; (c) bajo con puntuación entre 41 y 70; y (d) muy bajo con puntuación entre 0 y 40, según se visualiza en la Figura 9.

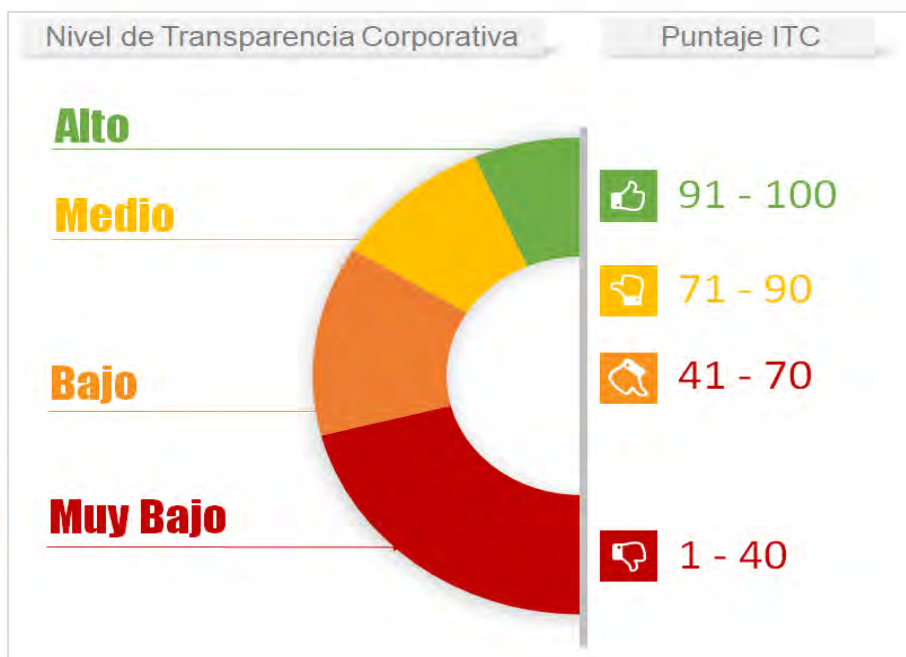


Figura 9. Escala de calificación.

4.8. Validez y Confiabilidad

La presente investigación está cimentada en los conceptos de validez y confiabilidad como características fundamentales de los instrumentos de la investigación, de acuerdo a ello Hernández et al. (2014), indicaron que los instrumentos deben contener tres condiciones fundamentales: confiabilidad, validez y objetividad. Al respecto la confiabilidad se materializa como el grado de semejanza interpretativa entre las diferentes observaciones realizadas al fenómeno de estudio (Hidalgo, 2016) y cuya aplicabilidad en forma repetitiva genera resultados idénticos (Hernández et al., 2014). Asimismo, la validez se define como el grado mediante el cual un instrumento puede valorar auténticamente aspectos de calidad y

rigurosidad científica del objeto de estudio (Sandín, 2000) midiendo en forma fiable la “variable que pretende medir” (Hernández et al., 2014, p.200).

Para realizar la validez y confiabilidad del modelo propuesto se usó el método multivariable coeficiente *Alfa de Cronbach*, la prueba de análisis de correlación de coeficientes, la prueba de homocedasticidad, la prueba de normalidad y la prueba de multicolinealidad.

4.8.1. Análisis de confiabilidad

Para determinar la confiabilidad del modelo propuesto es necesario medir la consistencia interna de los factores de medición que se encuentran asociados a una dimensión a través del coeficiente *Alfa de Cronbach*. Para determinar si el valor del coeficiente se encuentra dentro de la escala de confiabilidad el valor obtenido se basó en la información de la muestra de la investigación soportada en la siguiente formulación:

$$X_i = \left(\frac{Q}{Q - 1} \right) \left(1 - \frac{\sum_j var(x_j)}{var(x_o)} \right)$$

Donde:

Q = Es la cantidad de dimensiones del modelo

j = 1, 2, 3 y 4

x_o = Es la sumatoria de todos los indicadores individuales.

Según George y Mallery (2003) recomendaron criterios de evaluación para el coeficiente de *Alfa de Cronbach* en una escala de cero y uno, después de realizar los cálculos respectivos, el valor obtenido para el coeficiente *Alfa Cronbach* es 0.82 lo cual valida que el modelo tiene buen nivel de confiabilidad, según se muestra en la Tabla 9.

Tabla 9

Criterios de Evaluación Coeficiente Alfa Cronbach

Nivel de confiabilidad	Excelente	Bueno	Aceptable	Cuestionable	Pobre	Inaceptable
Valor	> 0.9	> 0.8	> 0.7	> 0.6	> 0.5	< 0.5

4.8.2. Análisis de correlación de coeficientes

Para determinar el grado de relación que existe entre las dimensiones del modelo propuesto se realiza el análisis de correlación de coeficientes, el valor del coeficiente de correlación varía en una escala de menos uno y más uno. Si el valor es -1 entonces existe una relación negativa entre las dimensiones, si el valor se encuentra en cero y uno indica que existe una relación positiva entre las dimensiones y el índice propuesto. Al realizar los cálculos respectivos el valor del coeficiente de correlación entre dos dimensiones se obtiene valores entre cero y uno, que demuestra que existe una relación positiva entre las dimensiones, según se muestra en la Tabla 10.

Tabla 10

Análisis de Correlación de Coeficientes

	<i>Información Estratégica</i>	<i>Información Financiera</i>	<i>Responsabilidad Social Corporativa</i>	<i>Dimensiones sociales</i>	<i>ITC</i>
Información Estratégica	1				
Información Financiera	0.70463153	1			
Responsabilidad Social Corporativa	0.70444882	0.567900414	1		
Dimensiones sociales	0.57824896	0.365874474	0.715513681	1	
ITC	0.87246507	0.831475111	0.867831846	0.772846726	1

4.8.3. Prueba de homocedasticidad

Para medir la confiabilidad del modelo se utiliza la prueba de homocedasticidad que valida la estructura de la ecuación del índice del modelo propuesto donde el efecto de la variación es igual para todos los valores de las dimensiones (Lind, Marchal & Wathen, 2015), según se muestra en la Figura 10 se comprueba que existe dispersión y que la variación de los errores es constante a largo plazo.

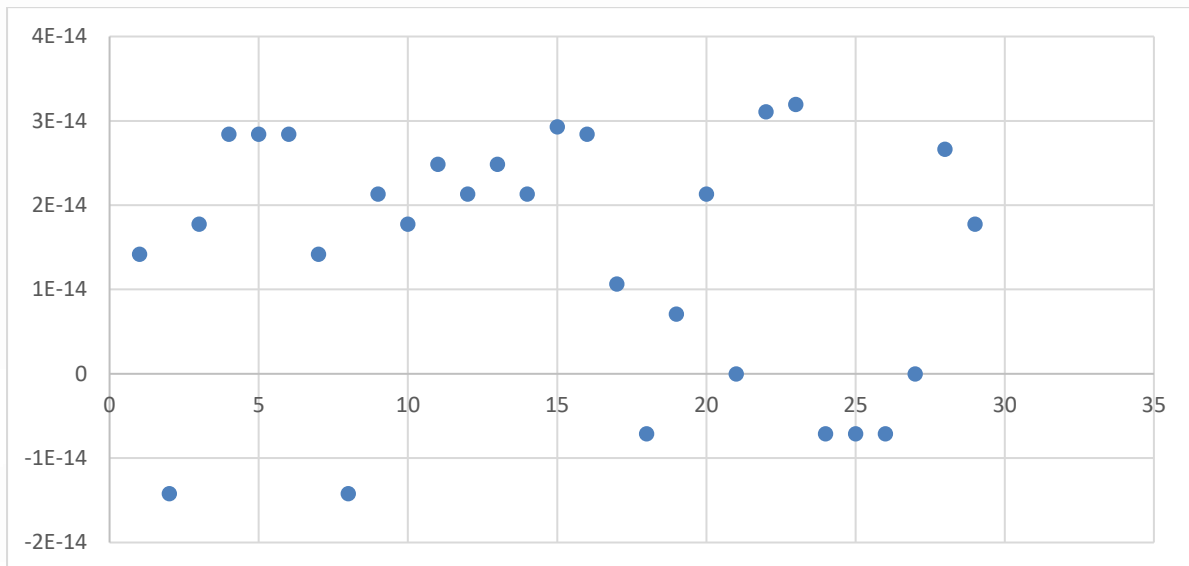


Figura 10. Prueba de homocedasticidad.

4.8.4. Prueba de normalidad

Para la consistencia del modelo propuesto se realiza la prueba de normalidad, que permite analizar el comportamiento que tiene la ecuación comparado entre los valores reales y los valores estimados. Al aplicar el análisis de Lilliefors en la muestra de 29 empresas el valor obtenido es de 0.1980 con un nivel de confianza del 95%, lo cual demuestra que el valor es mayor a 0.1619 por lo tanto la ecuación del índice del modelo propuesto pasa el test de normalidad, según se muestra en la Figura 11.

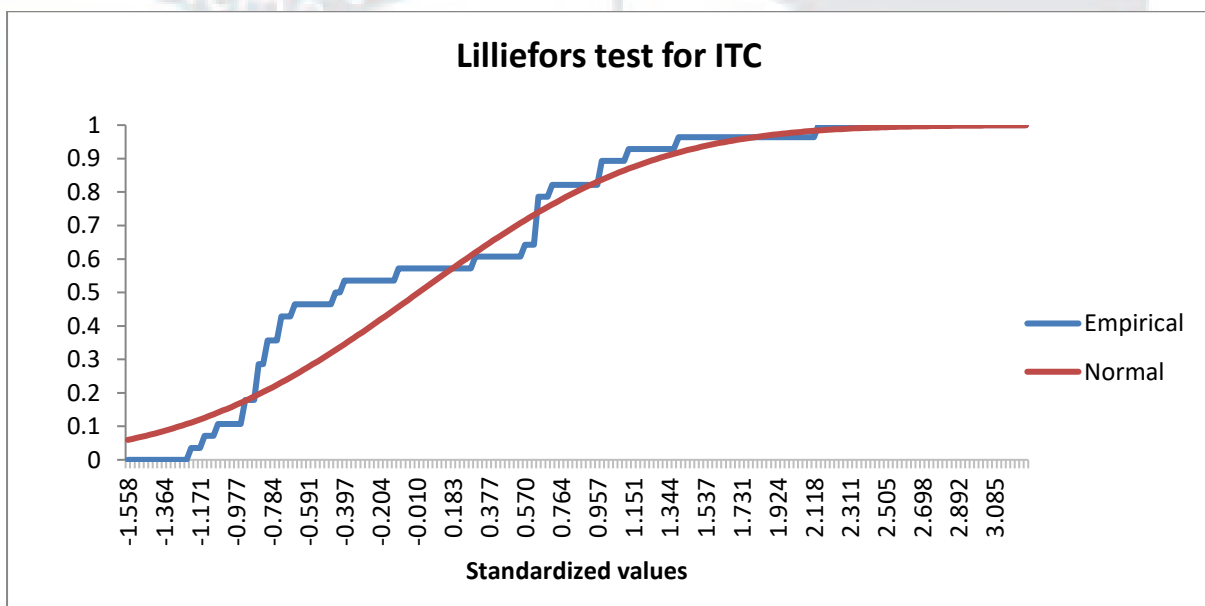


Figura 11. Prueba de normalidad.

4.8.5. Prueba de multicolinealidad

Para determinar si existe un equilibrio entre las dimensiones y validar el grado de correlación que existe entre ellas, se aplica la prueba de multicolinealidad. El promedio que se obtiene del vector del factor de inflación de la varianza (VIF) es 2.505, siendo este valor menor a cinco, lo cual representa un resultado satisfactorio que todas las variables independientes tienen un significado relevante por tanto soporta el modelo propuesto, según se muestra en la Tabla 11.

Tabla 11

Prueba de Multicolinealidad

	Información Estratégica	Información Financiera	Responsabilidad Social Corporativa	Dimensiones sociales
VIF	2.863	2.092	2.902	2.163
R-Square	0.651	0.522	0.655	0.538
Average VIF	2.505	Menor a 5		

4.9. Resumen

Se define el modelo de índice de transparencia corporativa propuesto, según se muestra en la Tabla 12, que consta de cuatro dimensiones, cuyos coeficientes han sido determinados a partir de la ponderación equitativa a nivel de Factores de Medición de los 54 factores multiplicado por 100 cuyas sumatorias sean escalonadas hasta el nivel de cada dimensión. Como resultado de las pruebas de confiabilidad y validez el modelo ha demostrado su robustez obteniéndose un valor de 0.82 para el coeficiente *Alfa Cronbach* y pasando las pruebas de correlación, homocedasticidad, normalidad y multicolinealidad para establecer su validez y confianza.

Tabla 12

Modelo Propuesto de Índice de Transparencia Corporativo

Dimensión	Ponderación	Variable	Indicador	Tomado de	Fuente
1. Información Estratégica	25.93	Información Corporativa General	La empresa divulga la información corporativa general que incluye: (i) El tamaño de la empresa (Facturación total, valor de exportación (FOB) y número de empleados); y (ii) Reseña Histórica considera: orígenes y evolución empresarial.	The impact of ownership structure on voluntary corporate disclosure in annual reports: Evidence from Fiji (Khan, I., Chand, P., & Patel, A., 2013) IdN Inteligencia de Negocios (2010) Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina (Trujillo, M., & Guzman, A., 2015) Ownership structure and corporate voluntary disclosure in Hong Kong and Singapore. The International Journal of Accounting, (Chau, G., & Gray, S., 2002)	Página web corporativa de la empresa, SUNAT o SMV
		Estrategia Corporativa	La empresa divulga la información estrategia corporativa que incluye: (i) La misión, (ii) visión, (iii) políticas valores; y (iv) resúmen del plan estratégico de la empresa.	IdN Inteligencia de Negocios (2010) Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina (Trujillo, M., & Guzman, A., 2015)	Página web corporativa de la empresa o SMV
		Estructura de Propiedad	La empresa divulga la Estructura de propiedad que incluye: (i) Composición de accionariado, (ii) Composición de la Junta del directorio (porcentaje familiar, porcentaje externo y detalle de nombres participantes); y (iii) perfil profesional del directorio.	The impact of ownership structure on voluntary corporate disclosure in annual reports: Evidence from Fiji (Khan, I., Chand, P., & Patel, A., 2013) El rendimiento del Mercado Europeo para el control societario (Martynova y Renneboog ,2006) Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina (Trujillo, M., & Guzman, A., 2015) Ownership structure and corporate voluntary disclosure in Hong Kong and Singapore. The International Journal of Accounting, (Chau, G., & Gray, S., 2002)	Página web corporativa de la empresa, SUNAT o SMV

Modelo Propuesto de Índice de Transparencia Corporativo (Continuación)

Dimensión	Ponderación	Variable	Indicador	Tomado de	Fuente
2. Información Financiera	25.93	Historial Financiera	La empresa divulga información de la historia financiera que incluye: (i) Estados financieros (Estados Financieros Auditados y Notas al estado financiero). (iii) Índices financieros	The impact of ownership structure on voluntary corporate disclosure in annual reports: Evidence from Fiji (Khan, I., Chand, P., & Patel, A., 2013) IdN Inteligencia de Negocios (2010) Standard and Poor's	Página web corporativa de la empresa o SMV
		Hechos Importantes	La empresa divulga información sobre los hechos importantes que tiene relación directa con la información financiera a través de resúmenes ejecutivos sobre: Cambios del accionariado, cambios de ejecutivos claves, proyectos relevantes de inversión, exportaciones e importaciones.	Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina (Trujillo, M., & Guzmán, A., 2015)	Página web corporativa de la empresa o SMV
3. Responsabilidad Social Corporativa	20.37	Reporte anual de sostenibilidad	La empresa divulga información sobre los reportes anuales de sostenibilidad que incluyen: (i) Informe de sostenibilidad y (ii) Publicación actualizada del Global Reporting Initiative (GRI).	Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina (Trujillo, M., & Guzmán, A., 2015) Global Reporting Initiative IdN Inteligencia de Negocios (2010)	Página web corporativa de la empresa o SMV
		Cumplimiento de estándares internacionales	La empresa divulga información sobre cumplimientos de estándares internacionales a través de la publicación de certificaciones.	Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina (Trujillo, M., & Guzmán, A., 2015)	Página web corporativa de la empresa o SMV

Modelo Propuesto de Índice de Transparencia Corporativo (Continuación)

Dimensión	Ponderación	Variable	Indicador	Tomado de	Fuente
3. Responsabilidad Social Corporativa	20.37	Responsabilidad ambiental	La empresa divulga información sobre sus política de gestión ambiental las cuales incluyen: (i) Instrumentos de Gestión Ambiental, (ii) Indicadores de control ambiental y (iii) Gestión Ambiental (inversión ambiental: fauna, flora, protección de recursos naturales renovables, manejo del agua, aire y desechos)	The impact of ownership structure on voluntary corporate disclosure in annual reports: Evidence from Fiji (Khan, I., Chand, P., & Patel, A., 2013) Global Reporting Initiative IdN Inteligencia de Negocios (2010)	Página web corporativa de la empresa o SMV
		Programas de RSE	La empresa divulga información sobre programas de responsabilidad social empresarial enfocados en programas comunitarios.	The impact of ownership structure on voluntary corporate disclosure in annual reports: Evidence from Fiji (Khan, I., Chand, P., & Patel, A., 2013)	Página web corporativa de la empresa o SMV
		Responsabilidad con otros grupos de interés	La empresa divulga o revela información sobre programas en mejora de su relación con los grupos de interés (proveedores, accionistas y clientes).	Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina (Trujillo, M., & Guzman, A., 2015) The impact of ownership structure on voluntary corporate disclosure in annual reports: Evidence from Fiji (Khan, I., Chand, P., & Patel, A., 2013)	Página web corporativa de la empresa o SMV

Modelo Propuesto de Índice de Transparencia Corporativo (Continuación)

Dimensión	Ponderación	Variable	Indicador	Tomado de	Fuente
4. Dimensión Social	27.78	Atracción y retención de talento humano	La empresa divulga o revela información relacionada al fomento de Atracción y retención de talento humano, la empresa divulga o revela información sobre: (i) Gestión del talento humano interno, (ii) capacitaciones enfocadas según género de los trabajadores y (iii) Comunica los alcances y tipos de contrato según perfil del puesto laboral.	Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina (Trujillo, M., & Guzmán, A., 2015)	Página web corporativa de la empresa
		Gestión de la cultura y el ambiente laboral	La empresa divulga o revela información de gestión de la cultura y Ambiente laboral mediante ratios de medición de desempeño de los empleados.	Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina (Trujillo, M., & Guzmán, A., 2015)	Página web corporativa de la empresa
		Clima Organizacional	La empresa divulga o revela información del clima organizacional y programas de reconocimiento de trabajadores.	Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina (Trujillo, M., & Guzmán, A., 2015)	Página web corporativa de la empresa
		Proyectos de bienestar para los trabajadores	La empresa divulga o revela información enfocado a proyectos de bienestar para los trabajadores: (i) Beneficios y convenios con instituciones en favor del desarrollo profesional y (ii) promueve hábitos de trabajo en favor de la calidad de vida de los trabajadores.	Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina (Trujillo, M., & Guzmán, A., 2015)	Página web corporativa de la empresa

Modelo Propuesto de Índice de Transparencia Corporativo (Continuación)

Dimensión	Ponderación	Variable	Indicador	Tomado de	Fuente
4. Dimensión Social	27.78	Seguridad y Salud ocupacional	La empresa divulga o revela información asociada a Seguridad y Salud ocupacional que comprende: (i) reportes de Seguridad: Plan de acción de seguridad ocupacional e identificación de riesgos laborales, (ii) reportes de salud ocupacional: Plan de acción de salud ocupacional, identificación de riesgos de salud e indicadores de medición de riesgo.	Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina (Trujillo, M., & Guzmán, A., 2015)	Página web corporativa de la empresa
		Relaciones Laborales	La empresa divulga o revela información relevante sobre la relación laboral con los sindicatos de las empresas: (i) Mesas de trabajo y (ii) porcentaje de colaboradores sindicalizados.	Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina (Trujillo, M., & Guzmán, A., 2015)	Página web corporativa de la empresa

Capítulo V: Presentación y Análisis de Resultados

Debido a la importancia económica del sector agroindustrial en este capítulo se revisará brevemente la situación actual, antecedentes de los índices de transparencia previos y clasificación de las empresas del sector agroindustrial peruano. Mediante la aplicación del modelo propuesto se presenta el análisis y los resultados del índice de transparencia corporativa (ITC) aplicado al sector, la importancia de los resultados a nivel de las dimensiones y los resultados de las cinco primeras empresas.

5.1. Sector Agroindustrial en Perú

5.1.1. Situación general del sector agroindustrial en el Perú

La actividad agroindustrial es la actividad de transformar los productos que han sido mayormente obtenidos de la agricultura, el cual se realiza a la cosecha y post cosecha cuyo fin es obtener un producto de un mayor valor agregado. Es por ello, que la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación (FAO, 1997) define al sector agroindustrial como el subconjunto del sector manufacturero el cual procesa materias primas y productos intermedios de la agricultura, actividades forestal y pesca; incluye fabricantes de alimentos, tabaco, bebidas, productos de madera, papel y productos de caucho.

Este tipo de sector en el Perú es considerado como uno de los más importantes debido a su nivel de impacto en el desarrollo de las poblaciones debido a su influencia en desarrollo económico, educativo y social para el desarrollo sostenible. Según el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI) el sector de Agricultura se consolidó en el año 2017 como el segundo generador de divisas para el Perú pese al impacto del Fenómeno del Niño, el balance de dicho sector a fin de año es positivo y solo es superado por el sector minero (2018). De acuerdo con el Ministerio de la Producción, el 35% de la innovación en el Perú se basa en la agroindustria. Productos como el azúcar, la palta, la quinua y el arándano están siendo bien aprovechados por importantes empresas del sector agroindustrial para impulsar la

agricultura del país. La innovación es muy importante en el desarrollo de todo el potencial en nuevos campos económicos.

Índice de transparencia en el sector agroindustrial. Según IdN (2012) el índice de transparencia corporativa de las empresas agroindustriales se encuentra en el último lugar, por la cual existe la necesidad de mejorar el índice promedio de transparencia corporativa que permita llegar a los estándares internacionales. Por lo tanto, la transparencia es muy importante en el sector agroindustrial porque genera valor, eficiencia y solidez en las empresas del rubro; la cual se basa en la Ley N 27806 “Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública” se puede acceder al portal de la Superintendencia de Mercado de Valores (SMV) para obtener información de las empresas del sector agroindustrial visualizando los datos generales de la empresa, los accionistas, el directorio y determinar su estructura.

El análisis compara diferentes sectores económicos evidenciando que el índice de transparencia corporativa de las empresas agroindustriales se encuentra en el último lugar, según se muestra en la Figura 12.

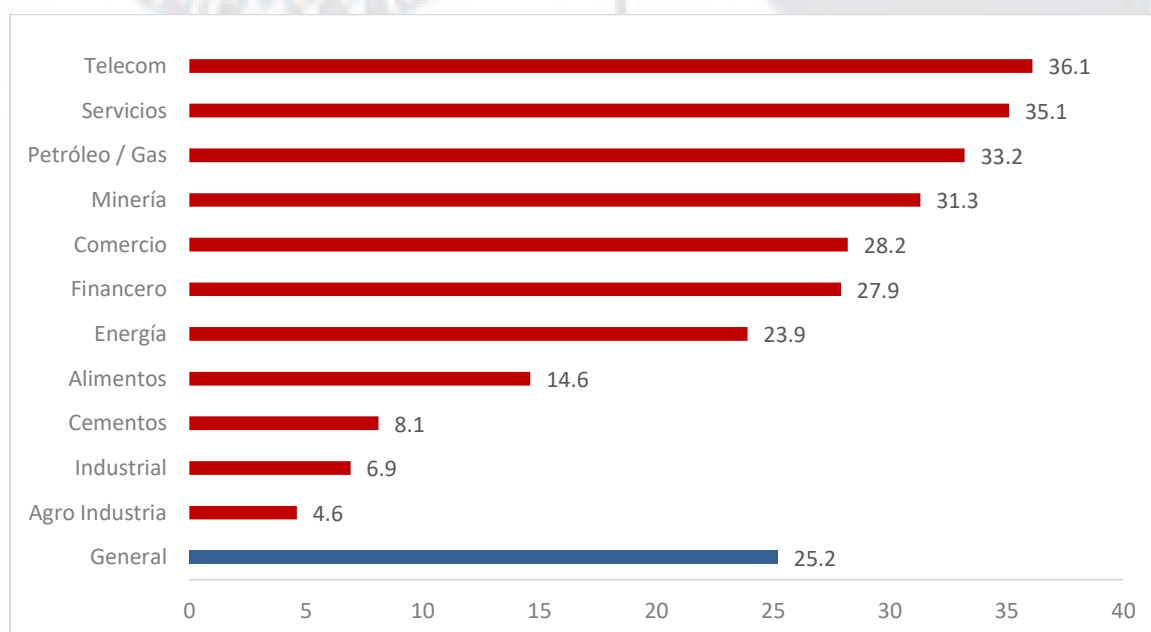


Figura 12. Índice de transparencia corporativa a nivel de sectores.

5.1.2. Clasificación de empresas del sector agroindustrial

El tipo de empresas agroindustriales registradas en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) clasifica a las empresas según las Unidad Impositiva Tributaria (UIT), de acuerdo a dicho parámetro son clasificadas en: micro empresa con ingresos anuales hasta un monto máximo de 150 UIT, pequeña empresa con ingresos anuales entre 150 UIT y 1,700 UIT, mediana empresa con ingresos anuales superiores a 1,700 UIT y 2,300 UIT y por encima de 2,300 UIT es considerada como gran empresa; el valor de la UIT para el año 2017 fue S/ 4,050 y el Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo de Perú basado en la Organización Internacional del Trabajo (OIT) clasifica a las empresas de acuerdo a lo indicado en la Tabla 13.

Tabla 13

Clasificación de Empresas

Tipo de empresa	Número de trabajadores
Micro	1-9
Pequeña	10-49
Mediana	50-199
Grande	200 +

Tomado de Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo de Perú, 2006.

5.1.3. Desarrollo del comercio exterior del sector agroindustrial

El Perú por sus condiciones geográficas y la diversidad de microclimas extendidos en el territorio nacional y su temperatura, reúne las condiciones óptimas y necesarias para el desarrollo de importantes productos agroindustriales exportables. Según la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU, 2017), presentado en la Tabla 14, el nivel de exportaciones del sector mostró un crecimiento del 6% respecto al año 2016 debido principalmente al incremento de las exportaciones de productos no tradicionales (productos frescos, congelados, funcionales y del biocomercio).

Tabla 14

Resumen de las Agroexportaciones en Valor FOB del año 2017

Exportaciones del sector agroindustrial en VALOR FOB - US\$ (millones)				
Línea	2016	2017	PART.% 2017	VAR.% 17/16
Tradicional	878	826	14	-6
Café	761	712	12	-6
Azúcares	71	72	1	2
Resto	46	42	1	-9
No tradicional	4.687	5.093	86	9
Frutas y hortalizas frescas	2.373	2.716	46	14
Productos procesados y conservados	488	465	8	-5
Funcionales y del biocomercio	208	241	4	16
Genero <i>Capsicum</i>	242	238	4	-2
Cacao y sus derivados	294	236	4	-20
Frutas y hortalizas congeladas	221	225	4	2
Resto	861	973	16	13
Total general	5.566	5.919	100%	6

Tomado de PROMPERU, 2017.

En el caso de las agroexportaciones tradicionales aumentaron los envíos de café y azúcar al exterior según se visualizan a la Tabla 14 y Tabla 15. Las exportaciones de productos tradicionales representaron el 14% de participación del valor total y las exportaciones de productos no tradicionales representaron el 86% de participación del valor total del sector agroindustrial.

Tabla 15

Resumen de las Agroexportaciones en Volumen (TM) del año 2017

Exportaciones del sector agroindustrial en Volumen (TM)				
Línea	2016	2017	PART.% 2017	VAR.% 17/16
Tradicional	383.327	396.399	12	3
Café	241.295	247.201	8	2
Azúcares	129.556	136.654	4	5
Resto	12.475	12.543	0,4	1
No tradicional	2.629.986	2.791.797	88	6
Frutas y hortalizas frescas	1.413.782	1.482.274	46	5
Productos procesados y conservados	255.006	239.534	8	-6
Funcionales y del biocomercio	68.499	74.621	2	9
Genero <i>Capsicum</i>	123.567	119.695	4	-3
Cacao y sus derivados	80.072	76.579	2	-4
Frutas y hortalizas congeladas	81.593	91.988	3	13
Resto	607.467	707.106	22	16
Total general	3.013.313	3.188.195	100%	6

Tomado de PROMPERU, 2017.

5.2. Resultado del Índice de Transparencia Corporativa aplicado al Sector

Agroindustrial

Al aplicar el modelo propuesto en el sector agroindustrial peruano, en una muestra de 29 empresas agroexportadoras, se obtiene hallazgos importantes que permiten presentar el resultado general, los resultados por dimensiones y los resultados por empresas. El detalle de los resultados se visualiza en la Tabla F1.

5.2.1. Resultado general del ITC

Al aplicar el modelo propuesto se obtiene hallazgos importantes en el sector que se muestran en la Figura 13. En base ello, se observa que el ITC tiene una puntuación de 42.6 sobre un total de 100, lo que significa que el nivel de transparencia para el sector es bajo.

Se observa en los resultados, que el nivel de cumplimiento de la dimensión denominada Dimensión Social es 24% siendo la más baja, lo cual demuestra que las empresas del sector agroindustrial divulgan información de manera limitada sobre la gestión de los recursos humanos de sus organizaciones, siendo éste un grupo de interés muy importante para el sector, cabe indicar que existe una oportunidad de mejora sobre este punto a nivel del sector. La dimensión Información Estratégica tiene un nivel de cumplimiento de 63%, lo que demuestra que las empresas divulgan más información sobre su gestión corporativa, especialmente aquellas empresas que cotizan en la bolsa de valores. En el caso de las dimensiones de Información Financiera y Responsabilidad Social Corporativa tiene nivel de cumplimiento de 40% y 54% respectivamente.

Se observa que el 55% de las empresas evaluadas tienen un nivel de transparencia muy bajo con puntuaciones entre 7.4 y 35.2; el 31% de las empresas tienen un nivel de transparencia bajo con puntuaciones entre 51.9 y 68.5, el 7% de las empresas tienen un nivel de transparencia medio con puntuaciones entre 72.2 y 75.9; y el 7% de las empresas tienen un nivel de transparencia alto con una puntuación de 96.3.

Cabe mencionar que el promedio de los empleados declarados en el sector es de 3,940 y que el valor FOB promedio en 2017 es 53 millones, lo cual indica que es un sector que tiene mucha relevancia en la economía del país.



Figura 13. Resultado del ITC en el sector agroindustrial.

5.2.2. Resultado del ITC por dimensión

Al aplicar el modelo propuesto, los resultados que se obtiene del índice de transparencia corporativa a nivel de dimensión permite identificar las oportunidades en cada una de las variables de tal manera que la empresa focalice sus esfuerzos en mejorar dicho indicador y que sea sostenible en el tiempo. A continuación se detallan los resultados obtenidos del sector seguros para las cuatro dimensiones que componen el ITC.

Dimensión de información estratégica. Los resultados obtenidos del ITC para la presente dimensión se visualizan en la Figura 14, en la cual se observa que el nivel de cumplimiento es de 63.2 de un total de 100, siendo el mas alto puntaje en comparación con las otras dimensiones, a pesar de ello, el nivel de transparencia para esta dimensión es bajo, lo que significa que las empresas agroindustriales divulgan mayor información general pero es limitada la información en cuanto a su estrategia y estructura de propiedad.

Se observa que el 10% de las empresas evaluadas en esta dimensión tienen un nivel de transparencia alto con puntuaciones entre 92.8 y 100, el 38% de las empresas tienen un nivel de transparencia medio con puntuaciones entre 71.4 y 85.7, el 38% de las empresas tienen un nivel bajo con puntuaciones entre 42.8 y 62.4; y el 14% de las empresas tienen un nivel de transparencia muy bajo con puntuaciones entre 28.3 y 35.7. De acuerdo a los resultados obtenidos, la mayoría de las empresas divulga información general y suficiente para ejecutar sus actividades económicas y está en relación directa con la cantidad de empresas que no cotizan en la bolsa de valores y que divulga información de forma voluntaria.

Los resultados por cada variable y factor de medición, cuyo detalle se ubica en la Tabla F1, demuestra que solo el 13% de las empresas divulgan el resumen de sus planes estratégicos cabe señalar que dichas empresas no cotizan en la bolsa de valores. Otro hallazgo importante es que el 24% de las empresas no divulgan información sobre el perfil de la junta directiva a pesar que si difunde información sobre la composición de la junta directiva.

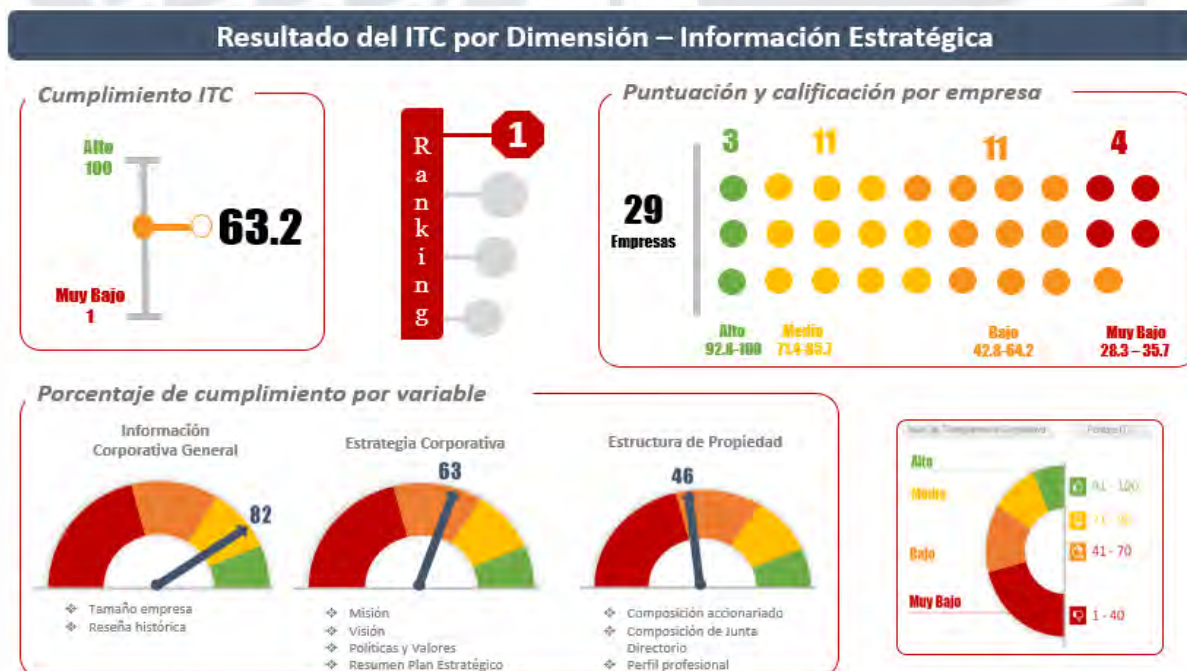


Figura 14. Resultado del ITC de dimensión la información estratégica.

Dimensión de responsabilidad social corporativa (RSC). Los resultados obtenidos del ITC para la presente dimensión se visualizan en la Figura 15. Se observa que el ITC tiene

un nivel de cumplimiento de 53.9 sobre un total de 100, siendo el segundo puntaje más alto en comparación con las otras dimensiones. El nivel de transparencia para esta dimensión es bajo, lo que significa que las empresas agroindustriales no divulgan información suficiente sobre los reportes de sostenibilidad, su relación con los diferentes grupos de interés y con la gestión ambiental, siendo éstos factores muy relevantes en el sector por el impacto que tienen con los diferentes grupos de interés.

Se observa que el 14% de las empresas evaluadas en esta dimensión tienen un nivel de transparencia alto con puntuaciones entre 90.9 y 100, el 10% de las empresas tienen un nivel de transparencia medio con una puntuación de 81.8, el 24% de las empresas tienen un nivel bajo con puntuaciones entre 45.5 y 63.6; y el 52% de las empresas tienen un nivel de transparencia muy bajo con puntuaciones entre cero y 36.6. De acuerdo a los resultados obtenidos, existen empresas que no divulgan información sobre la responsabilidad social y corresponden a empresas que no cotizan en la bolsa de valores y que no tienen obligatoriedad para divulgar información para sus grupos de interés.

Adicionalmente, se observa que el cumplimiento de estándares internacionales tienen un nivel de transparencia medio, con una puntuación de 83, lo que demuestra que las empresas divulgan información sobre la publicación de certificaciones relacionadas con el medio ambiente y su impacto en los diferentes grupos de interés. Los programas de responsabilidad social empresarial tienen un nivel de transparencia medio con una puntuación de 76, lo que demuestra que las empresas agroexportadoras buscan garantizar una relación armoniosa con las comunidades mediante programas comunitarios. La responsabilidad con otros grupos de interés tiene un nivel de transparencia muy bajo con una puntuación de 40, debido a que las empresas agroexportadoras no divulgan la información en relación con los proveedores, accionistas y clientes. La responsabilidad ambiental tiene un nivel de transparencia muy bajo con una puntuación de 40, lo que significa que existe poca divulgación de información sobre

instrumentos de gestión ambiental especialmente sobre los programas de manejo ambiental, indicadores y políticas de gestión ambiental. En referencia al reporte anual de sostenibilidad tiene un nivel de transparencia muy bajo con una puntuación de 31, lo que demuestra que no todas las empresas agroexportadoras publican información sobre los impactos sociales, económicos y ambientales y solo algunas empresas que cotizan en la bolsa generan el *Global Reporting Initiative* (GRI) en conjunto con el informe de sostenibilidad.



Figura 15. Resultado del ITC por dimensión de responsabilidad social corporativa.

Dimensión de información financiera. Los resultados obtenidos del ITC para la presente dimensión se visualizan en la Figura 16. Se observa que el ITC tiene un nivel de cumplimiento de 39.7 sobre un total de 100. El nivel de transparencia para esta dimensión es muy bajo, lo que significa que las empresas agroindustriales no divulgan información financiera a menos que coticen en la bolsa de valores o que tengan intenciones de ingresar a mercados internacionales.

Se observa que el 38% de las empresas evaluadas en esta dimensión tienen un nivel de transparencia alto con puntuaciones entre 92.8 y 100, el 62% de las empresas tienen un nivel de transparencia bajo con puntuaciones entre cero y 21.4. De acuerdo a los resultados

obtenidos, se observa que las empresas agroexportadores cuya estructura de propiedad en su mayoría es de origen familiar tienen desconfianza en divulgar su información financiera, sin embargo en algunas empresas se realizan comunicaciones sobre los cambios organizacionales, inversiones importantes y aquellas actividades que impactan en la rentabilidad del negocio y a sus grupos de interés.

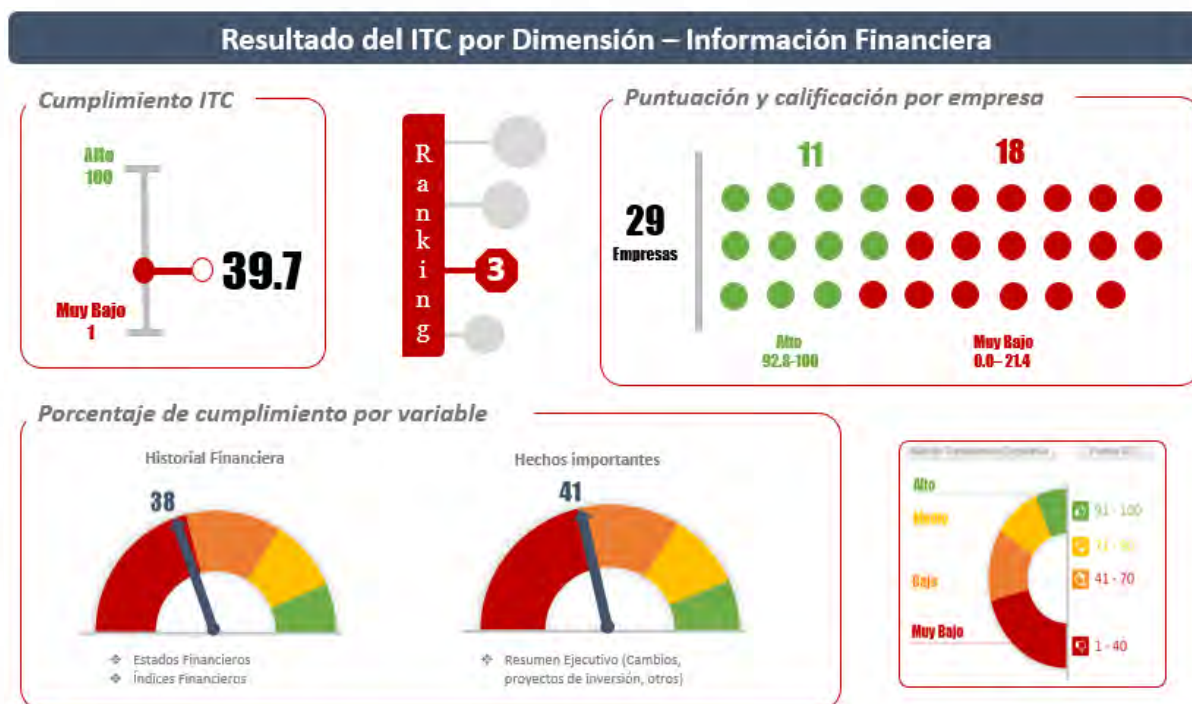


Figura 16. Resultado del ITC por dimensión de información financiero.

Dimensión de dimensión social. Los resultados obtenidos del ITC para la presente dimensión se visualizan en la Figura 17. Se observa que el ITC tiene un nivel de cumplimiento de 24.1 sobre un total de 100, siendo el puntaje mas bajo en comparación con las otras dimensiones. El nivel de transparencia para esta dimensión es muy bajo, lo que significa que las empresas agroindustriales divulgan poca o nada de información sobre la gestión de recursos humanos, siendo el recurso humano uno de los grupos de interés con mayor impacto en el sector agroindustrial.

Se observa que el 10% de las empresas evaluadas en esta dimensión tienen un nivel de transparencia alto con puntuaciones entre 93.3 y 100, el 10% de las empresas tienen un nivel

de transparencia bajo con puntuaciones entre 46.7 y 60, y el 80% de las empresas tienen un nivel muy bajo con puntuaciones entre cero y 40.0. Estos resultados significan que las empresas que desean ingresar a los mercados internacionales divulgan información sobre la gestión de sus recursos humanos, divulgando los diferentes mecanismos de retención del talento, la igualdad de los derechos laborales con la gestión de sindicatos, las mediciones de desempeño, el desarrollo de sus profesionales, los planes de bienestar tanto del trabajador como de su familia, los planes de acción sobre la seguridad y salud ocupacional.

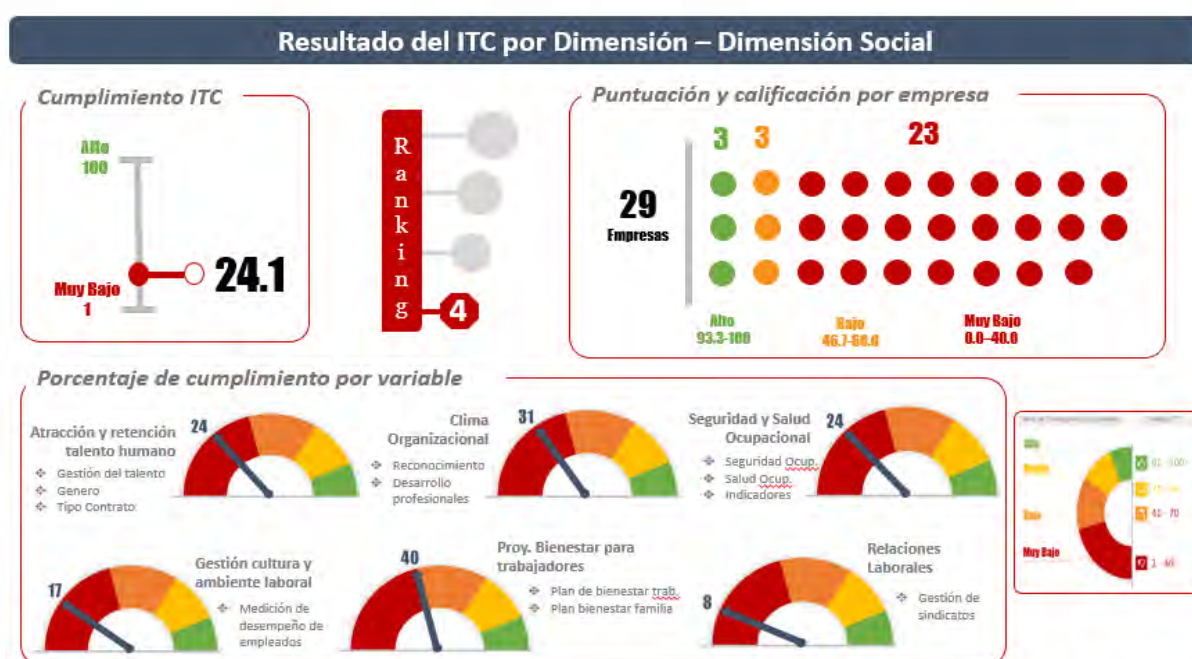


Figura 17. Resultado del ITC por dimensión de dimensión social.

La divulgación de información de la gestión de los sindicatos, la cual refiere a comunicar las mesas de trabajo que tienen, la frecuencia y el porcentaje de empleados sindicalizados no es una practica común en las empresas del sector agrondustral, en consecuencia la puntuación para la variable de relaciones laborales es la mas baja con respecto a todas la variables del índice de transparencia. Este hallazgo es importante porque es una oportunidad para las empresas del sector agroindustrial de publicar las diferentes acciones que realizan con su capital humano e incorporar estrategias enfocadas en desarrollar a su principal grupo de interés.

5.2.3. Resultado del ITC por empresas

Al aplicar el modelo propuesto en el sector agroindustrial se identifican importantes hallazgos a nivel de empresas: (a) Empresas que no cotizan en la bolsa de valores pero el nivel de transparencia es alto; y (b) empresas que cotizan en la bolsa de valores con un nivel de transparencia en su mayoría bajo, seguidamente se hace el análisis de las primeras empresas de cada uno de los enfoques.

En la Figura 18, se visualiza el nivel de transparencia de las empresas que cotizan en la bolsa de valores, liderando la lista se encuentra la empresa Agroindustrial Paramonga SAA con una puntuación de 72 sobre un total de 100 que equivale a un nivel de transparencia medio, la siguiente empresa es Casa Grande SAA con una puntuación de 69 similar a la empresa Agroindustrial San Jacinto SAA, ambas tienen un nivel de transparencia bajo, las siguientes seis empresas tienen un nivel de transparencia bajo.

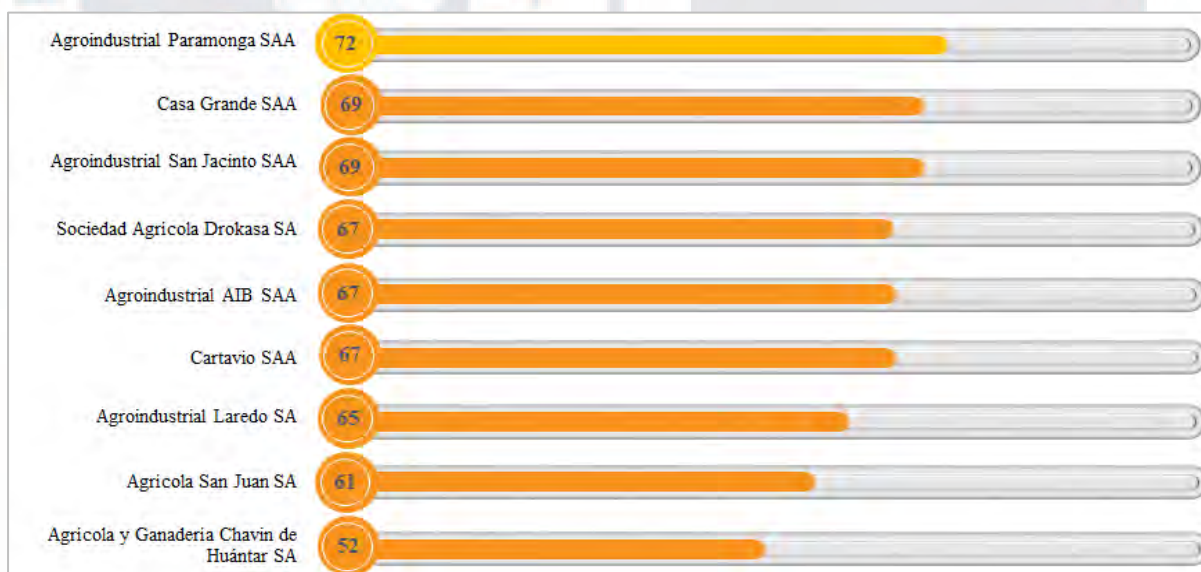


Figura 18. Resultado del ITC de empresas que cotiza en la BV.

En la Figura 19, se visualiza el nivel de transparencia de las empresas que no cotizan en la bolsa de valores, liderando la lista se encuentran las empresas Camposol SA y Hortifrut-Tal SAC con una puntuación de 96 sobre un total de 100 que equivale a un nivel de transparencia alto, la empresa Danper Trujillo SAC tiene nivel de transparencia medio con un puntuación de 76 y la empresa Complejo Agroindustrial Beta SAC con nivel de transparencia

bajo con una puntuación de 57, las siguientes seis empresas tienen un nivel de transparencia muy bajo.

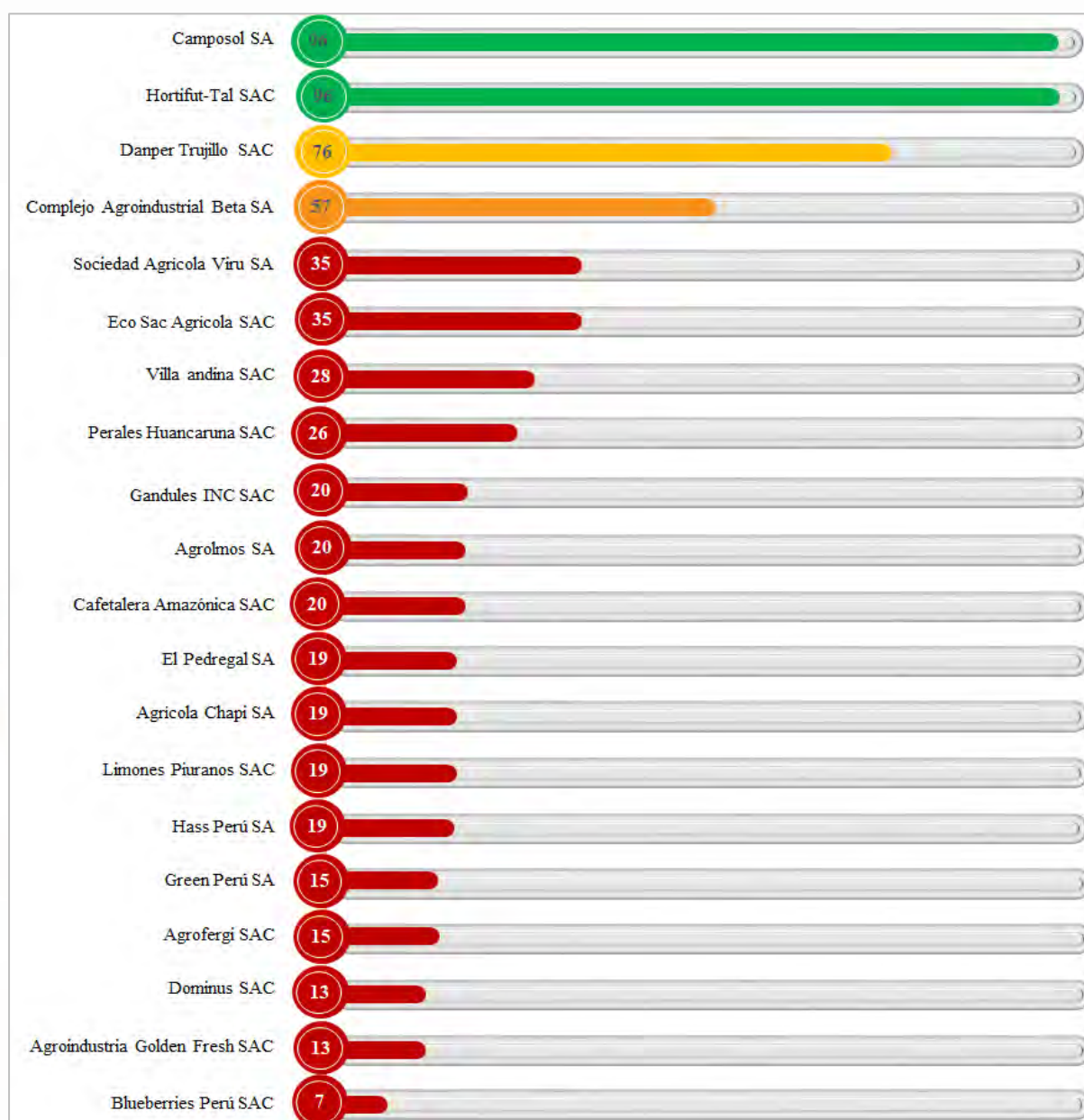


Figura 19. Resultado del ITC de empresas que no cotiza en la BV.

Camposol S.A. Es una empresa familiar que se caracteriza por divulgar información voluntaria a través de su página web corporativa, cabe indicar que la empresa no cotiza en la bolsa de valores. La junta directiva tiene composición 100% diversificada. En el periodo 2017 el valor FOB de exportación alcanzó 243.91 millones de dólares. Del ranking de las 29 empresas analizadas se ubica en el primer lugar con un ITC de 96.3 puntos tal como se puede

visualizar en la Figura 20. A nivel de dimensiones los valores mas altos alcanzados corresponden a la responsabilidad social corporativa con el 100% de cumplimiento de los factores establecidos, seguida de la dimensión social con 99.9% de cumplimiento. Las dimensiones de información estratégica e información financiera tienen un nivel de cumplimiento de 92.8%.

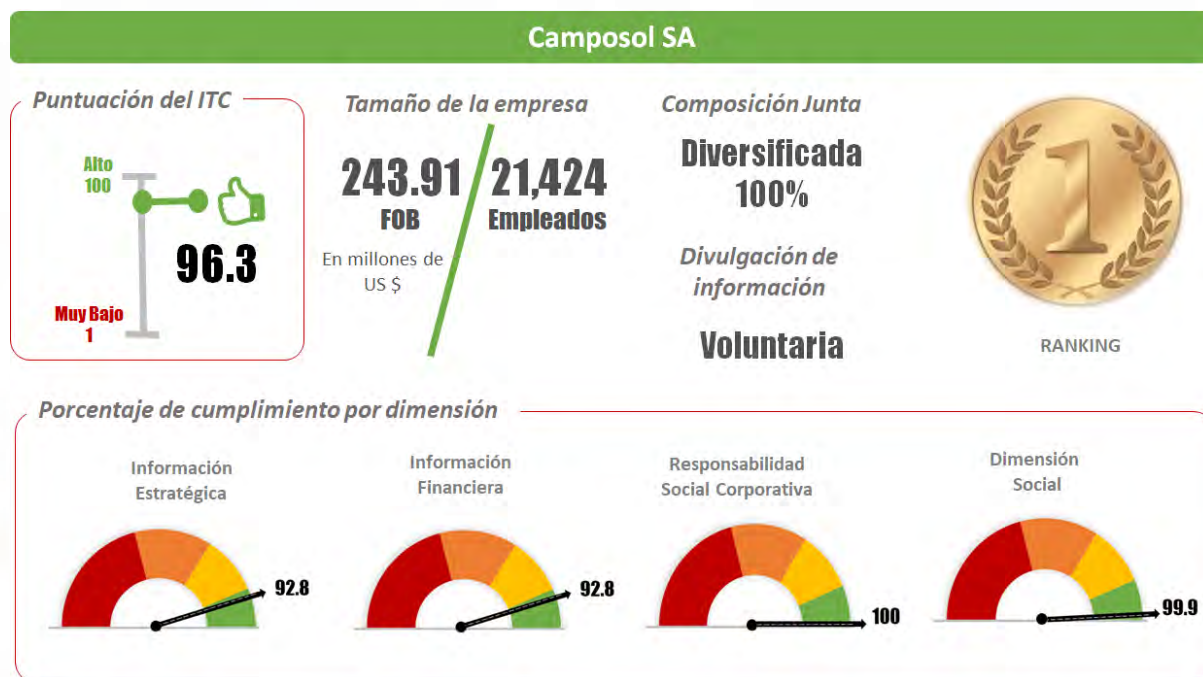


Figura 20. Evaluación de transparencia corporativa de Camposol SA

Hortifrut-Tal SAC. Es una empresa que se caracteriza por divulgar información a través de su matriz corporativa la cual cotiza en la Bolsa Valores de Santiago de Chile. La junta directiva tiene una diversificación del 73% de directores externos. En el periodo 2017 alcanzó los 47 millones de dólares en valores FOB. En el ranking de las 29 empresas comparte la primera ubicación con la empresa agroindustrial Camposol SA con un ITC de 96.3 puntos según se visualiza en la Figura 21. A nivel de dimensiones, los valores mas altos corresponden a la responsabilidad social corporativa con el 100%, seguido de la dimensión estratégica con 99.9% de cumplimiento. Las dimensiones de información financiera y dimensión social tienen un nivel de cumplimiento de 92.8% y 93.3% respectivamente.

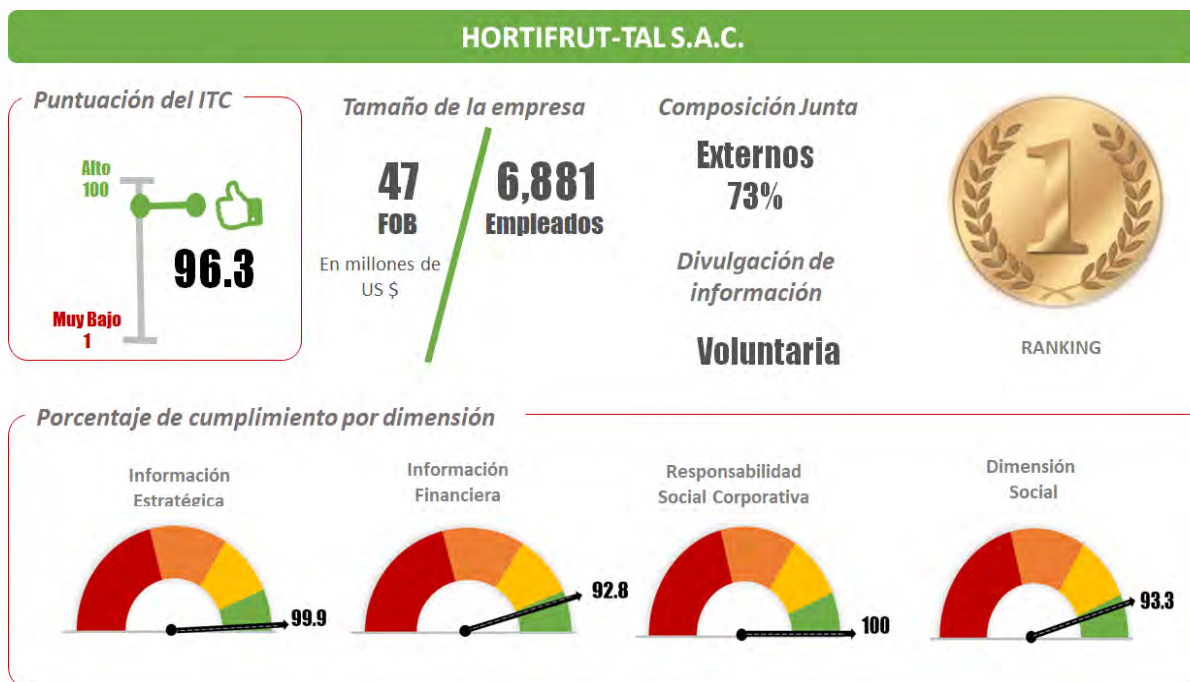


Figura 21. Evaluación de transparencia corporativa de Hortifrut-Tal SAC.

Danper Trujillo SAC. Es una empresa familiar que divulga información voluntaria. La junta directiva tiene una participación del 63% de directores externos. Durante el periodo 2017 alcanzó el valor FOB de 151.62 millones de dólares. En el ranking de las 29 empresas se ubica en segunda posición con un ITC de 75.9 puntos que equivale a un nivel de transparencia medio según se visualiza en la Figura 22. A nivel de sus dimensiones, el valor más alto corresponde a la dimensión de responsabilidad social corporativa con el 100% de cumplimiento, seguido de la dimensión social con 93.3% de cumplimiento. La dimensión de información estratégica tiene un cumplimiento de 92.8% y finalmente la dimensión de información financiera tiene un cumplimiento de 21.4%.

Agro Industrial Paramonga S.A.A. Es una empresa familiar que divulga información de forma obligatoria por que cotiza en la bolsa de valores. La junta directiva esta conformada por el 46% de directores externos. Durante el periodo 2017 alcanzó el valor FOB de 10.07 millones de dólares. En el ranking de las 29 empresas se ubica en la tercera posición con un ITC de 72.2 puntos que equivale a un nivel de transparencia medio según se visualiza en la Figura 23. A nivel de sus dimensiones, el valor más alto corresponde a la información

financiera con el 99.8% de cumplimiento, seguido de la dimensión de responsabilidad social corporativa con 81.8%. La dimensión de información estratégica tiene un nivel de cumplimiento de 78.5% y finalmente la dimensión social con 33.3%.

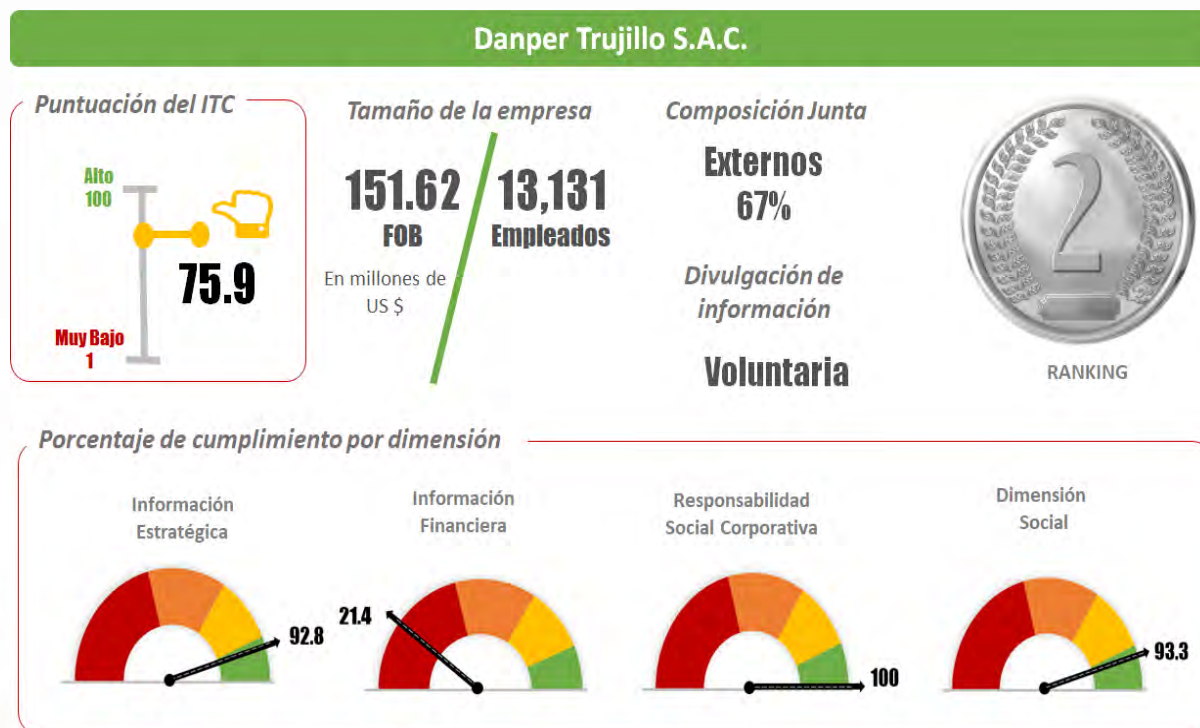


Figura 22. Evaluación de transparencia corporativa de Danper Trujillo SAC.

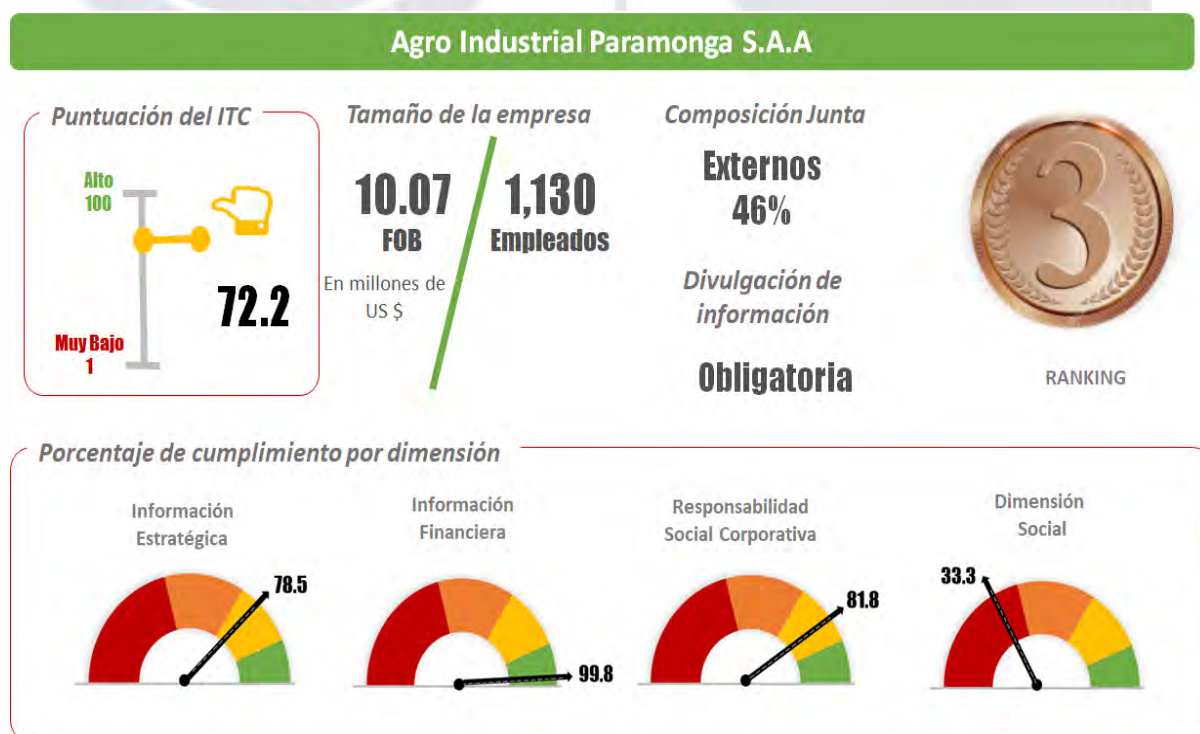


Figura 23. Evaluación de transparencia corporativa de Agro Industrial Paramonga SAA.

Sociedad Agrícola Drokasa SA. Los resultados obtenidos del ITC para la presente empresa agroexportadora se visualizan en la Figura 24. Se observa que el ITC tiene una puntuación de 66.6 sobre un total de 100, obteniendo un puntaje bajo ubicado en el puesto siete en relación a las 29 empresas evaluadas en el resultado del ITC. El nivel de transparencia para la dimensión de información estratégica es medio, debido a que esta empresa cotiza en la bolsa de valores divulgando información obligatoria sobre el tamaño de la empresa de 4,616 trabajadores, exportaciones FOB y composición de Junta de accionistas. La empresa divulga información sobre los reportes de sostenibilidad, su relación con los diferentes grupos de interés (proveedores, accionistas y clientes) y con la gestión ambiental obteniendo un nivel de transparencia medio, siendo estos factores muy importantes en el sector por el impacto que tienen con los diferentes grupos de interés. Existe información muy completa sobre la dimensión de información financiera que permite conocer sobre su historial financiero y hechos importantes sobre inversiones o cambios en los accionistas, obteniendo un alto nivel de transparencia. La dimensión social obtiene un nivel de transparencia muy bajo ya que existe información limitada sobre el clima laboral, desarrollo profesional y reconocimiento de sus trabajadores. Los resultados finales por cada dimensión evaluada en esta empresa coinciden con los resultados de la empresa Agroindustrial AIB SAC, esto se debe a que la información que solicita la bolsa de valores es estándar para todas las empresas que cotizan en dicha institución.

Agroindustrial AIB SAC. Se observa que el ITC tiene una puntuación de 66.6 sobre un total de 100, obteniendo un puntaje bajo ubicado en el octavo puesto en relación a las 29 empresas evaluadas en el resultado del ITC. El nivel de transparencia para la dimensión de información estratégica es medio, debido a que esta empresa cotiza en la bolsa de valores divulgando información obligatoria sobre el tamaño de la empresa de 2,871 empleados, exportaciones FOB y composición de Junta de accionistas del exterior. La empresa divulga

información sobre los reportes de sostenibilidad, su relación con los diferentes grupos de interés (proveedores, accionistas y clientes) y con la gestión ambiental obteniendo un nivel de transparencia medio, siendo éstos factores muy importantes en el sector por el impacto que tienen con los diferentes grupos de interés. Existe información muy completa sobre la dimensión de información financiero que permite conocer sobre su historial financiero y hechos importantes a profundidad obteniendo un alto nivel de transparencia. El nivel de transparencia para la dimensión social es muy baja, se recomienda mayor divulgación de la información en su página web y el uso de redes sociales a través de videos e información sobre reconocimientos y desarrollo profesional de sus trabajadores. Los resultados finales por cada dimensión evaluada en esta empresa coinciden con los resultados de la empresa Agrícola Drokasa SA, esto se debe a que la información que solicita la bolsa de valores es estándar para todas las empresas que cotizan en dicha institución. Los resultados obtenidos del ITC para la presente empresa agroexportadora se visualizan en la Figura 25.

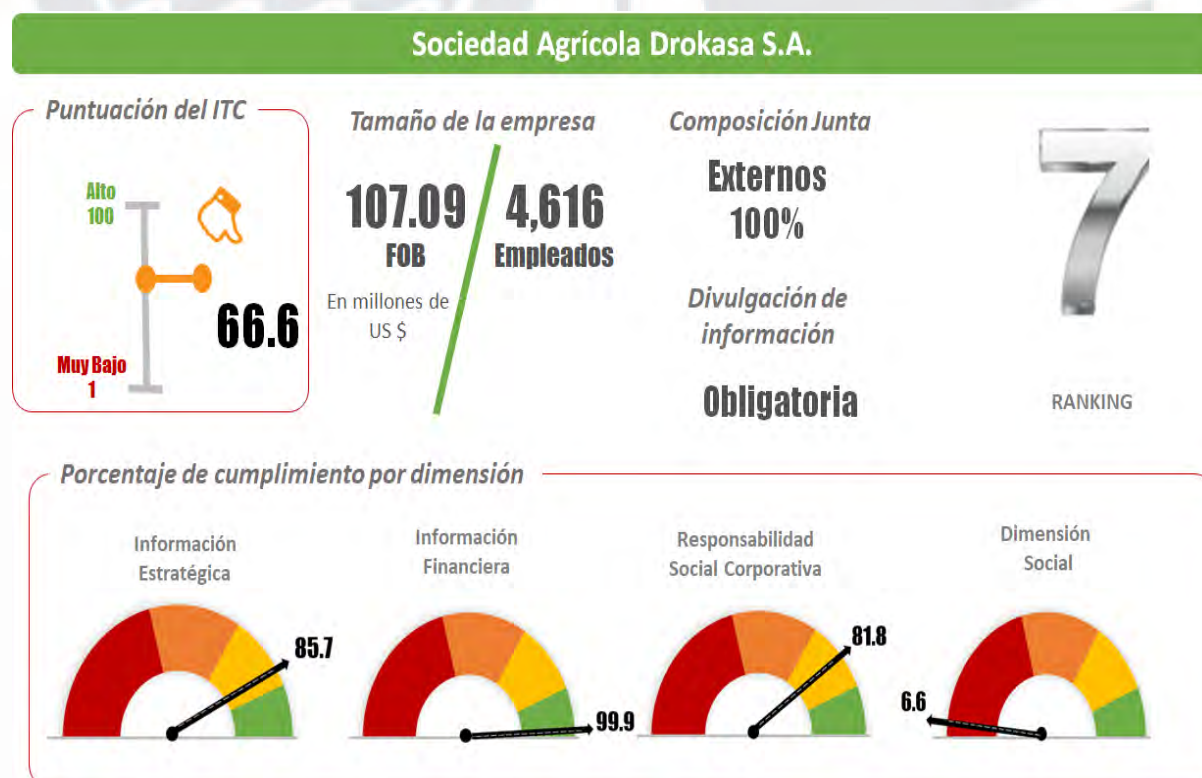


Figura 24. Evaluación de transparencia corporativa de Sociedad Agrícola Drokasa SA.

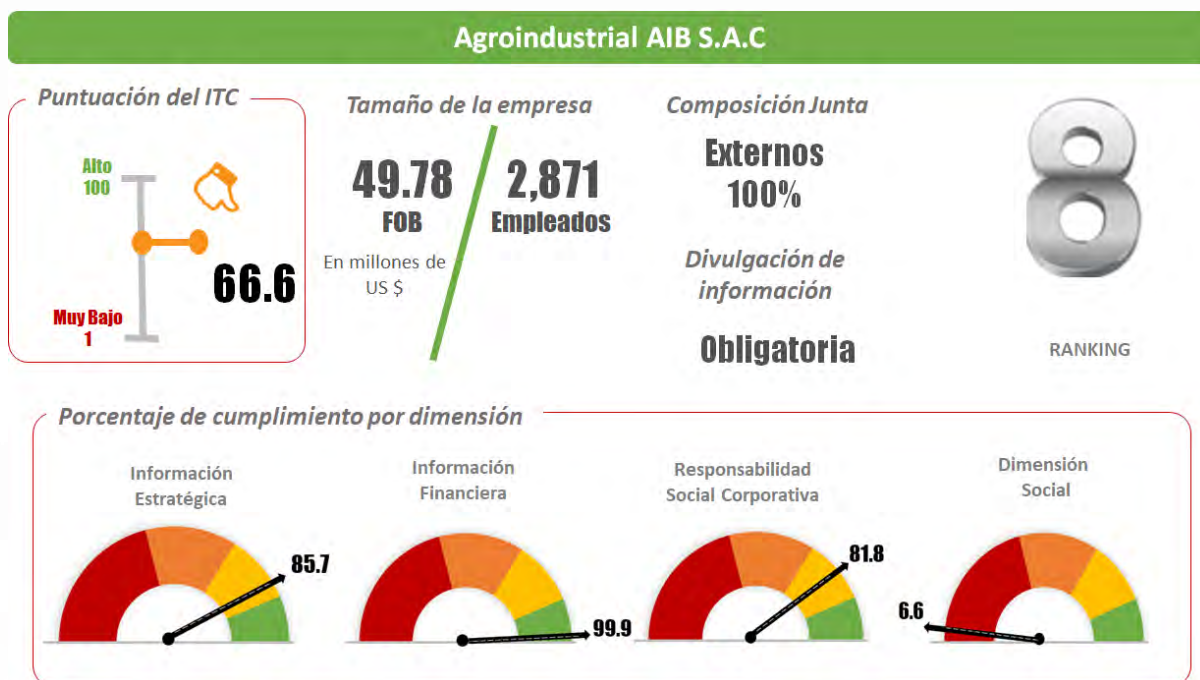


Figura 25. Evaluación de transparencia corporativa de Agro Industrial AIB SAC.

Sociedad Agrícola Virú SA. Los resultados obtenidos del ITC para la presente empresa agroexportadora se visualizan en la Figura 26. Se observa que el ITC tiene una puntuación de 35.1 sobre un total de 100, obteniendo un puntaje muy bajo ubicado en el puesto 15 en relación a las 29 empresas evaluadas en el resultado del ITC. El nivel de transparencia para la dimensión de información estratégica es medio, lo que significa que esta empresa divulga información sobre el tamaño de la empresa de 11,554 empleados y es una de las empresas que tienen un alto nivel de exportaciones FOB. La empresa divulga poca información sobre los reportes de sostenibilidad, su relación con los diferentes grupos de interés (proveedores, accionistas y clientes) y con la gestión ambiental obteniendo un nivel de transparencia muy bajo, siendo estos factores muy importantes en el sector por el impacto que tienen con los diferentes grupos de interés. El nivel de transparencia para la dimensión social es muy baja, solamente divulga información sobre la calidad de vida de los trabajadores, riesgos laborales y riesgos de salud; no existe información sobre gestión de talento humano, reconocimiento a través de bonos de desempeño con sus trabajadores y desarrollo profesionales siendo estas variables importantes en la divulgación de información.

No existe información divulgada sobre la dimensión de información financiera siendo un factor determinante para que los inversionistas nacionales e internacionales puedan analizar la situación económica de la empresa y con dicha información invertir en proyectos de negocios, es una oportunidad de mejora en la divulgación de información en esta dimensión.

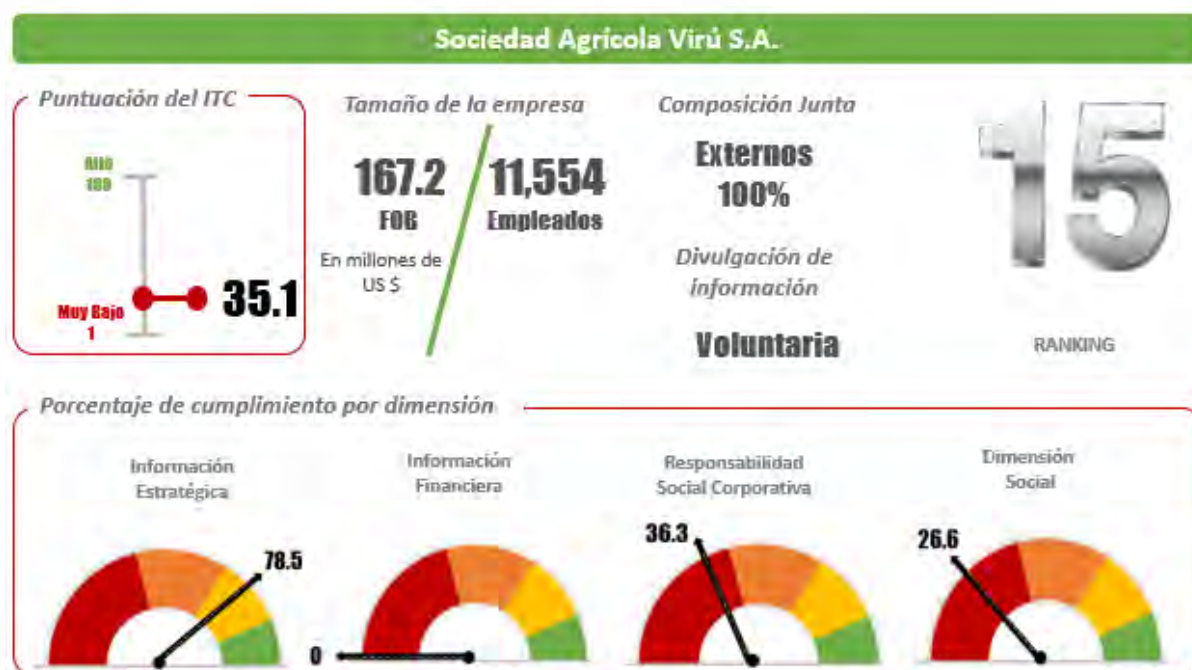


Figura 26. Evaluación de transparencia corporativa de Agrícola Virú SA.

5.3. Resumen

La mayoría de las empresas agroindustriales exportadoras peruanas son de tipo familiar y no cotizan en la bolsa de valores. El 6.9% de las empresas analizadas poseen un índice de transparencia alto, estando el 55% de las empresas dentro del rango muy bajo de clasificación por lo cual se concluye que el análisis de la muestra del sector agroindustrial peruano está clasificado en el rango muy bajo de transparencia con un valor de 38.57 de 100 puntos. La información estratégica es la de mayor divulgación con un 63% entre las empresas no siendo equivalente el comportamiento frente a la divulgación de información en la dimensión social la cual solo llega a un 24% de cumplimiento.

Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones

En el presente capítulo muestra las conclusiones que responden a las siguientes preguntas: (a) ¿Es factible desarrollar un modelo de índice de transparencia corporativa?; (b) ¿cuál es el índice del sector analizado?; (c) ¿cuál es índice de transparencia corporativa a nivel de empresas?; y (d) ¿cuál es la relación entre el índice de transparencia corporativa y sus dimensiones? Adicionalmente se presenta las recomendaciones y sugerencias para futuras investigaciones.

6.1 Conclusiones

Para el desarrollo del índice de transparencia corporativa es fundamental la definición de sus dimensiones, el alcance de sus variables, sub variables y factores de medición siendo determinante: la revisión de la literatura, el desarrollo de una metodología, definir los criterios de evaluación y establecer una ponderación para la creación del índice de transparencia corporativa, según se detalla a continuación:

- La revisión literaria permitió analizar modelos ya existentes cuyos aportes han sido fundamental para centrar el propósito de la investigación y tener una visión clara del alcance, determinando así el enfoque sobre gestión estratégica, financiero y contable, responsabilidad social y recursos humanos.
- El proceso metodológico propuesto por la OCDE para la creación del índice ha sido una herramienta fundamental que permitió establecer las diferentes estrategias para definir los componentes del índice, determinar los métodos de validación y confiabilidad del modelo.
- Establecer los criterios de evaluación es fundamental para determinar los componentes del índice de transparencia porque se basa principalmente en los enfoques definidos en el alcance y que son fundamentales en la gestión de toda empresa.

- La selección del método de ponderación ha sido fundamental debido al impacto que tiene sobre el resultado y la necesidad que sea transparente y explícito. El método de ponderación equitativa permitió asignar pesos iguales considerando que todos los factores de medición tienen igual relevancia.

La fortaleza del modelo propuesto se basa en las cuatro aristas principales de toda organización (a) Información Estratégica, (b) Información Financiera, (c) RSC y (d) dimensión social; permitiendo su aplicación en diversos sectores dependiendo de la realidad del país.

El índice de transparencia desarrollado es transversal, por lo cual se analizó empresas que cotizan y no cotizan en bolsa de valores. Evidenciándose que aquellas empresas que no cotizan en bolsa se encuentran en rangos altos, medios y bajos, respecto de las empresas que cotizan en bolsa encontrándose el 88% de ellas en un rango bajo debido a la escasa divulgación de información de responsabilidad social corporativa y dimensión social, dándole mayor relevancia a la información financiera y estratégica. Los resultados obtenidos de la investigación concluye que el índice de transparencia corporativa es bajo en el sector agroindustrial.

Se concluye que en la dimensión social para el sector agroindustrial presenta el nivel más bajo de cumplimiento debido a la poca divulgación de información voluntaria u obligatoria en este sector. A pesar que el valor más apreciado de toda organización es el recurso humano, y a pesar de ser un valor intangible es el más valioso por lo tanto en el enfoque del modelo la dimensión social es el que tiene mayor ponderación.

Por lo tanto, el índice de transparencia es una herramienta de gestión que permite analizar la calidad y veracidad de la divulgación de la información a nivel de país, sector y empresa cuyos resultados generarán confianza a sus grupos de interés asegurando la

sostenibilidad en el tiempo, generando mayor valor en los inversionistas nacionales y extranjeros impulsando la empleabilidad y el desarrollo del país.

6.2 Recomendaciones

6.2.1 Recomendaciones prácticas

Las recomendaciones prácticas propuestas se dan enfocadas a nivel de sector, gobierno y empleabilidad del ITC como herramienta de gestión según se detalla a continuación:

- El directorio de las empresas del sector agroindustrial debe profesionalizarse mediante la diversificación de la Junta General de Directorio, es decir, debe existir mayor cantidad de miembros independientes a la familia de tal manera que no existan sesgos y sean más transparentes.
- Que el gobierno implemente una base estándar para la divulgación de información ya que las empresas no lo hacen por ser sensible. Se debe replicar las buenas prácticas desarrolladas en otros países estableciéndose juntas de transparencia que permitan establecer estándares de divulgación de información para todas las empresas, mediante el impulso del gobierno para crear nuevas normas de transparencia.
- Emplear el ITC como herramienta de gestión para identificar debilidades, fortalezas y oportunidades de mejora de la empresa. Las empresas transparentes tienen mayores oportunidades de crecimiento por la confianza que brinda por ofrecer información actualizada pertinente y oportuna para un monitoreo eficaz de los grupos de interés favoreciendo el acceso a recursos externos de inversionistas nacionales y extranjeros.

6.2.2 Recomendaciones para futuras investigaciones

Se recomienda para futuras investigaciones que el ITC puede ser aplicado a otros sectores de tal forma que permita comparar y analizar las tendencias en la divulgación de información, identificar las dimensiones más relevantes por sector económico a nivel nacional e internacional.



Referencias

- Agca, A., & Önder, S. (2007). *Voluntary disclosure in Turkey: A study on firms listed in Istanbul Stock Exchange (ISE). Problems and Perspectives in Management, 5(3), 241-251.*
- Agudo, F., Sanjuán, M., & Fraile, A. (2010). *Códigos de Buen Gobierno: Un análisis comparativo especial incidencia en el caso Español. Aposta, (46), 1-77.*
- Agrawal, A., & Knoeber, C. (1996) Firm Performance and Mechanisms to Control Agency Problems between Managers and Shareholders. *The Journal of Financial and Quantitative Analysis, 31, 377-397.* Recuperado de <http://dx.doi.org/10.2307/2331397>
- Andrews, K. (1971). The concept of corporate strategy. *Homewood III.*
- Arias, D., Romerosa, M., Navarro, A., Haro, M., & Ortega, M. (2008). La simulación como herramienta de aprendizaje para la dirección estratégica. *Cuadernos De Estudios Empresariales, 18, 33-49.*
- Ariza, L., Morán, J., Flores, E., & Turrent, G. (2016). *Transparencia Corporativa En Internet: Un Estudio En Empresas Cotizadas De México y España.* Recuperado de http://www.aecal.org/pub/on_line/comunicaciones_xvicongresoaecca/cd/84g.pdf
- Arredondo, F., De la Garza, J., & Vázquez, J. (2014). Transparencia en las organizaciones, una aproximación desde la perspectiva de los colaboradores. *Estudios Gerenciales, (133), 408–418.* <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.06.007>
- Astrachan, J., & Shanker, M. (2003). Family business contribution to the U.S. economy: A closer look. *Family Business Review, 16 (3), 211-219.*
- Balic, A., Bwakira, L., & Patel, A. (2002). *Measuring transparency and disclosure at firm-level in emerging markets. Emerging Markets Review, 3(4), 325-337.*
- Ben-Zvi, D., & Garfield, J. (2008). *Developing Students Statistical Reasoning: Connecting Research and Teaching Practice.* Editorial Springer.

- Benaceur, F. (2016). Le marketing responsable: une contribution du marketing dans le développement durable. *Economic & Managerial Researches*, (19), p.47.
- Berle, A., & Means, G. (1932). *The modern corporation and private property*. Nueva York, NY.
- Bhattacharya, U., Daouk, H., & Welker, M. (2003). The World Price of Earnings Opacity. *Accounting Review*, 78(3), 641.
- Bolsa de Valores de Lima y Ernst & Young (2017). Los retos del Gobierno Corporativo en el Perú de cara a la Alianza del Pacífico.
- Briano, G. (2012). *Factores institucionales que inciden en la transparencia del gobierno corporativo: Un estudio en empresas cotizadas latinoamericanas* (Tesis doctoral), Universidad de Granada, Granada, España. Recuperado de <https://www.tdx.cat/handle/10803/85715>
- Briano, G., & Rodríguez, L. (2013) Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 16, 187-208.
- Briano, G., & Saavedra, M. (2015). La composición del consejo de administración y la estructura accionaria como factores explicativos de la transparencia en el gobierno corporativo en Latinoamérica: evidencia en empresas cotizadas de Argentina, Brasil, Chile y México. *Estudios Gerenciales*, 31(136), 275-286.
- Bustillo, M. (2011). El Marketing Social una respuesta del mundo mercantil al desarrollo sostenible. *Saber. Ciencia y Libertas*, 6(2), 169–176.
- Cadbury (1992). *Code of best practice: report of the committee on the financial aspects of corporate governance*. Londres: Gee and Co.
- Campo, E., Marulanda, E., & Ruiz, H. (2009). Guía colombiana de gobierno corporativo para sociedades cerradas y de familia.

- Calderon, B., & Zabib, Y. (2016). Crecimiento de la divulgación de información voluntaria y obligatoria. *La Nueva Era de la Transparencia Corporativa, estándares de reporte. Comisionado por Governart*, p. 30.
- Carlos, C. (2014). Quando o “beneficiário” se personaliza: (re)significação de programas de promoção social em comunidades andinas. *Sociedade e Estado*, 29(2).
doi:<http://dx.doi.org.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/10.1590/S0102-69922014000200014>
- Carobene, M. (2013). El conflicto de interés en la investigación científica. *Revista Argentina de Microbiología*, 10, 145-146.
- Carvajal, Ó. (2014). Reporte integrado: Un nuevo escenario para el auditor externo y el revisor fiscal. *Contaduría Universidad De Antioquia*, (64), 85-99.
- Castro, R., & Cano, M. (2004). Buen gobierno corporativo, solución a la crisis de confianza. *Contaduría Universidad De Antioquia*, (44), 19-51.
- Cerezal, J. (2016). Transparencia y reputación como actitud y forma de ser de la empresa. *CIRIEC-España*, (87), 327-350.
- Chau, G., & Gray, S. (2002). Ownership structure and corporate voluntary disclosure in Hong Kong and Singapore. *The International Journal of Accounting*, 37(2), 247-265.
- Che Haat, M., Rahman, R., & Mahenthiran, S. (2008). “Corporate governance, transparency and performance of Malaysian companies”. *Managerial Auditing Journal*, 23(8), 744-778.
- Cheng, E., & Courtenay, S. (2006). Board composition. Regulatory regime and voluntary disclosure. *The International Journal of Accounting*, 41, 262-289.
- Collis, D., & Montgomery, C. (1995). Estrategia corporativa: marco conceptual. *Harvard Business Review*.

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU) (2017).

Informe anual 2017. *Desarrollo del comercio exterior agroexportador*.

Recuperado de

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/Desarrollo%20agroexportador%202017.pdf>

Consejo Normativo de Contabilidad (1998). *Resolución N° 013-98-EF/93.01.Lima 17 de julio*

de 1998. Recuperado de

https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/conse_norm/resolucion/CNC013_1998_EF9301.pdf

Consejo para la Transparencia (CPTL) (2018). Recuperado de

<https://www.consejotransparencia.cl>

Cormier, D., & Gordon, I. (2001). An examination of social and environmental reporting strategies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 14(5), 587-616.

Cortes, D. (2014). Influencia del gobierno corporativo en el costo de capital proveniente de la emisión de deuda/Influence of corporate governance on the cost of capital from debt issuance/Influência da gestão corporativa nos custos de capital proveniente da emissão de dívida. *Estudios Gerenciales*, 30(130), 73-84.

Cortina, A., & Conill, J. (2005). Ética empresa y organizaciones sanitarias. En P.

Simón, *Ética de las organizaciones sanitarias. Nuevos modelos de calidad. Madrid: Triacastela*.

Clark, J. (1916). The changing basis of economic responsibility. *Journal of political economy*, 24(3), 209-229.

Cleek, M., & Leonard, S. (1998). Can corporate codes of ethics influence behavior?. *Journal of Business Ethics*, 17(6), 619-630.

- Darbi, W. (2012). Of mission and vision statements and their potential impact on employee behaviour and attitudes: The case of a public but profit-oriented tertiary institution. *International Journal of Business & Social Science*, 3(14), 95-109.
- D'Alessio (2015). Clasificación de las Empresas según sus Operaciones Productivas. *Administración de las operaciones productivas. Un enfoque en procesos para la gerencia*. Lima, Perú: Pearson
- Deloitte & Touche. (2015). *Coso: Marco de referencia para la implementación, gestión y control de un adecuado Sistema de Control Interno*. Recuperado de <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/COSO-Sesion1.pdf>
- Del Junco, J., Carramiñana, E., & Salguero, D. (2014). Relación entre la R.S.C. y la felicidad de los empleados: Aplicación al caso de empresas pertenecientes a las provincias de Sevilla y Cádiz. *Atlantic Review of Economics*, 2, 1-23.
- Diario Oficial El Peruano (2017). Normas Legales. Recuperado de http://busquedas.elperuano.pe/download/full/2AyoCHUAKIcAy_Z4-kefdd
- Díaz, R., Vásquez, P., Vega, R., Silva, V., & Toro, M. (2014). Transparencia corporativa reporte 2014. *IdN inteligencia de Negocios*
- Dragomir, V., & Cristina, M. (2009). Corporate governance in the European Union: The implications for financial and narrative reporting. *International Journal of Business and Economics*, 9(1), 53-64.
- Donnelly, R., & Mulcahy, M. (2008). Board structure, ownership, and voluntary disclosure in Ireland. *Corporate Governance: An International Review*, 16(5), 416-429.
- Elvira, O. & Amat, O. (2008). La manipulación contable. *Partida Doble*, 18(203), 48-59.
- Ernst & Young (2015). Tomorrow's investment rules 2.0.

- Escobedo, J., & Rivera, L. (2012). Las políticas de información: antecedentes internacionales y situación actual en México. *Revista Legislativa de Estudios Sociales y de Opinión Pública*, 5(10), 41-65.
- Faccio, M., Lang, L. y Young, L. (2001). Dividends and expropriation. *The American Economic Review*, 91(1), 54-78.
- Fernández, T. (2013). Las corporaciones de radiotelevisión pública de la unión europea y el incipiente uso de la web 2.0 para comunicar RSC. *Fonseca*, (6), 84-107.
- Fuertes, A. (2016). El Buen Gobierno Corporativo y su Avance en el Perú. En *Empresas Responsables y Competitivas: El desafío de hoy*, 153-196. Lima: Pearson Educación de Perú.
- Gallagher, T., & Andrew Jr., J. (2001). *Administración financiera (2 ed.)*. Bogotá, Colombia: Pearson Educación.
- Gallego, I., García, I., & Rodríguez, L. (2009). La eficacia del gobierno corporativo y la divulgación de información en internet. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 15(1), 109-135. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274120370007>.
- Gálvez, M., Caba, M., & López, M. (2012). Responsabilidad social y transparencia on-line de las ONG: análisis del caso español. CIRIEC – España. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (74), 207–238.
- Gandía, J. (2008). “Determinants of interest-based corporate governance disclosure by Spanish listed companies”. *Online Information Review*, 32(6), 791-817.
- Gandía, J. (2011). Es verdad, está en internet: Transparencia y credibilidad de la información corporativa digital. *AECA: Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas*, (95), 24-26.

- Garay, U., & González, M. (2005). "Corporate Governance and Firm Value: The Case of Venezuela". *Corporate Governance: An International Review*, 16(3), 194-210.
- Garay, U., González, G., González, M., & Hernández, Y. (2006). Índice de buen gobierno corporativo y desempeño financiero en la Bolsa de Valores de Caracas. *Estudio IESA*. Caracas, Venezuela.
- Gestión (2016). MEF anuncia reorganización de Perú Compras y el OSCE para reforzar su transparencia. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/mef-anuncia-reorganizacion-peru-compras-osce-reforzar-transparencia-124013>
- Goig, J. (2015). Transparencia y Corrupción. La percepción social ante comportamientos corruptos/Transparency and corruption. The social perception before corrupt behaviors. *Revista De Derecho UNED*, (17), 73-107.
- González, E. (2007). La teoría de los stakeholders: Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *Veritas*, 2(17), 205-224.
- González, R. (2016). Capital humano ético, una demanda social. *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 11(1), 87-91.
- Gul, F., & Leung, S. (2004). Board leadership, outside director expertise and voluntary corporate disclosures. *Journal of Accounting and Public Policy*, (23), 351-379.
- Harmant, L., DesJardins, J., & Espinoza, F. (2003). Toma de decisiones éticas en las empresas. En McGraw-Hill Interamericana (2a ed.). *Ética en los negocios Decisiones éticas para la responsabilidad social e integridad personal* (3-69). ISBN: 9786071509901.
- Hess, D. (2008). The three pillars of corporate social reporting as new governance regulation: disclosure, dialogue and development. *Business Ethics Quarterly*, 18(4), 447-482.
- Hernández, E. (2005). Reflexiones sobre la naturaleza y los orígenes de la contabilidad por partida doble. *Pecunia*, (1), 93.

- Hernández, P., Fernández, D., & Baptista, D. (2010). *Metodología para la investigación*. México D.F.: McGraw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación (6ta. ed.)*. México D.F., México. McGraw Hill.
- Herrera, W. (2001). El buen gobierno corporativo. Ventajas de la implementación de un sistema ético para el gobierno de las sociedades mercantiles. *Revista de derecho de la Universidad del Norte*, 16(1), 173-200.
- Hidalgo, L. (2016). Confiabilidad y validez en el contexto de la investigación y evaluación cualitativas. Sinopsis Educativa. *Revista venezolana de investigación*, 5(1-2), 225-243. Recuperado de http://revistas.upel.edu.ve/index.php/sinopsis_educativa/article/viewFile/3583/1750
- Inteligencia de Negocio (IdN) (2012). Transparencia Corporativa Perú 2012. Recuperado de <http://www.transparenciacorporativa.cl/docs/Reporte%20ITC%202012%20PE.pdf>
- Izquierdo, M., Torres, M., Olmedo, E., Lirio, J., & Ferrero, I. (2018). Las agencias de calificación de la sostenibilidad, impulsoras de la inversión socialmente responsable. *Boletín De Estudios Económicos*, 73(224), 367-385.
- Khan, I., Chand, P., & Patel, A. (2013). The impact of ownership structure on voluntary corporate disclosure in annual reports: Evidence from Fiji. *Accounting and Taxation*, 5(1), 47-58.
- KPMG (2012). Transparencia Corporativa Perú 2012. *Inteligencia de Negocios*.
- KPMG. (2015). Transparencia corporativa: Resumen ejecutivo. Recuperado de http://www.transparenciacorporativa.cl/docs/Res_EjecITC-15.pdf
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (1997). *El estado mundial de la agricultura y la alimentación*. Roma, Italia. Recuperado de <http://www.fao.org/docrep/017/w5800s/w5800s.pdf>

Organización Económica para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE) (1999).

Recomendation of the oecd council concerning Guidelines for consumer protection In the context of electronic commerce. Recuperado de <https://www.oecd.org/sti/consumer/34023784.pdf>

Organización Económica para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE). (2008). *Handbook on*

Constructing Composite Indicators. Recuperado de <http://www.oecd.org/els/soc/handbookonconstructingcompositeindicatorsmethodologyanduserguide.htm>

Owusu-Ansah, S. (1998). The impact of corporate attributes on the extend of mandatory disclosure and reporting by listed companies in Zimbabwe. *The International Journal of Accounting*, 33(5), 605-631.

Lagos, D., & Vecino, C. (2011). Medición de la aplicación de prácticas de gobierno corporativo en Colombia. *Tendencias*, 12(2), 230-253. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3854869>

Larrán-Jorge, M., Martínez-Martínez, D., & Muriel de los Reyes, M. (2013). ¿Qué habría de incluir una memoria completa de sostenibilidad?/What should a comprehensive sustainability report include? *Universia Business Review*, (39), 66-102.

La Porta, R., López de Silanes, F., Shleifer, A. y Vishny, R. (2000). Investor protection and corporate governance. *Journal of Financial Economics*, 58(3), 3-27.

Lind, D., Marchal, W., & Wathen, S. (2015). *Estadística Aplicada a los Negocios y la Economía. Análisis de regresión*, 441-443 España. McGraw Hill Interamericana.

Lodhia, S. (2000). Social and Environmental Reporting in Fiji: A Review of Recent Corporate Annual Reports. *Social and Environmental Accounting, The Journal of the Centre for Social and Environmental Accounting Research*, 20(1), 15-18.

- López, E. (2011). Códigos de Gobierno ¿suficientes para afrontar la crisis?. *Partida Doble*, 22(237), 46-55.
- López, J. (2014). Opresión y obstruccionismo en las sociedades de capital cerradas: Abuso de mayoría y de minoría. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, (47), 13-56.
- Loyo de Falcón, R. (2015). La cultura organizacional desde la perspectiva del docente UNEFA. *Revista OMNIA*, 21(2), 53-70.
- Lucas, J., & Quintero, V. (2016). Caracterización reológica de almidón y evaluación morfológica de 20 variedades de musáceas (*musa sp.*), del banco de germoplasma fedeplátano, chinchiná - caldas, colombia. *Acta Agronómica*, 65(3), 218.
- Manetto, F. (2011, Jun 23). La información oficial no es secreto de estado.
- Mañas, E., & Montes, O. (2016). Informe sobre la transparencia Corporativa en España: una visión desde el sector empresarial, los medios de comunicación y las organizaciones pro-transparencia. *Kreab, Universidad de Alcalá*, 15-29.
- Marquina, P. (2016). *Empresas Responsables y Competitivas el desafío de hoy*. Lima, Perú: Pearson Educación de Perú S.A.
- Martínez, J. & Goig, M. (2015). Transparencia y Corrupción. La percepción social ante comportamientos corruptos/Transparency and corruption. The social perception before corrupt behaviors. *Revista De Derecho UNED*, (17), 73-107.
- Martínez, M., & Navarro, M. (2016). Propuesta de un modelo de sistema integrado de gestión de la información documental para las organizaciones. *Revista General De Información y Documentación*, 26(2), 387-415.
- Martynova, M., & Renneboog, L. (2011). The performance of the european market for corporate control: Evidence from the fifth takeover wave. *European Financial Management*, 17(2), 208-259.

- Melé, D. (2012). La necesidad de la ética en la dirección: Siete razones de peso. *IEEM Revista De Negocios*, 22-25. ISBN: 23011181.
- Ministerio de Agricultura y Riego (2018). *Sector agricultura se consolidó el 2017 como el segundo generador de mayores divisas para el Perú*. Lima, Perú. Recuperado de <http://minagri.gob.pe/portal/publicaciones-y-prensa/noticias-2018/20660-sector-agricultura-se-consolido-el-2017-como-el-segundo-generador-de-mayores-divisas-para-el-peru-2>
- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (2002). Ley N°27806.- Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Recuperado de <http://sistemas3.minjus.gob.pe/transparencia2/transparencia.htm>
- Mintzberg, H., & Brain J. (1991) El proceso Estratégico. Conceptos contextos y casos. México: Prentice Hall Hispanoamérica S.A.
- Mir, M., Chatterjee, B., & Rahaman, A. (2009). “Culture and corporate voluntary reporting”. *Managerial Auditing Journal*, 24(7), 639-667.
- Moreira, I., & Claussen, M. (2011). Políticas de transparencia en la administración pública brasileña. *Revista de CLAD Reforma y Democracia*, (51), 129-152. ISSN: 1315-2378.
- Muttakin, M., Khan, A., & Subramaniam, N. (2015). Firm characteristics, board diversity and corporate social responsibility evidence from Bangladesh. *Pacific Accounting Review*, 27(3), 353-372.
- Muñoz, C. (2011). Buen gobierno corporativo = competitividad. *Revista E+E ESPAE y EMPRESA* 2(5). Recuperado de <http://www.espae.espol.edu.ec/buen-gobierno-corporativo-competitividad>
- Muñoz, T. (2003). El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación. *Centro Universitario Santa Ana*. Recuperado de <http://cvonline.uaeh.edu>.

mx/Cursos/Maestria/MTE/Gen02/seminario_de_tesis/Unidad_4_anterior/Lect_El_Cuestionario. pdf.

- Nardo, M., Saisana, M., Saltelli, A., & Tarantola, S. (2005). Tools for Composite Indicators Building. European Communities, Joint Research Centre, European Commission, Italy. Recuperado de <http://farmweb.jrc.cec.eu.int/ci/bibliography.htm>
- Neubauer, F., & Lank, A. (2003). *La empresa familiar, como dirigirla para que perdure*. Bilbao: Deusto
- Nieto, G., & Martínez, R. (2016). Los valores éticos en la responsabilidad social corporativa. *Revista Anagramas*, 14(28), 33–49.
- Normas Internacionales de Información Financiera-NIIF (2016). Recuperado de <https://www.mef.gob.pe/es/consejo-normativo-de-contabilidad/niif>
- Novelli, M. (2017). Argentina, un largo camino por recorrer en el gobierno corporativo. *Compromiso Empresarial. La revista líder en innovación social*. Recuperado de <https://www.compromisoempresarial.com/transparencia/2017/07/argentina-un-largo-camino-por-recorrer-en-el-gobierno-corporativo>.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2013). *Agroindustrias para el desarrollo*. Roma, Italia.
- Owusu-Ansah, S., & Yeoh, J. (2005). The effect of legislation on corporate disclosure practices. *Abacus*, 41(1), 92-109.
- Parada, F., & Sanhueza, R. (2009). Contabilidad creativa en Chile una percepción de estudiantes y profesionistas. *Contaduría y Administración*, (229), 85-103.
- Porter, M. (2009). *Ser competitivo*. (6th ed.). España: Deusto ediciones.
- Porter, M. (1987). From competitive advantage to corporate strategy. *Harvard Business Review*, 65(3), 43-59.

- Rivero, A. & Dabos, G. (2017). Gestión diferencial de recursos humanos: una revisión e integración de la literatura. *Estudios Gerenciales*, 33(142), 39-51..
<https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.12.003>
- Rodríguez, A. (2008). Responsabilidad social empresarial, calidad de vida y trabajo social. *Trabajo Social*, (10).
- Rodríguez, I., & Gómez, C. (2015). La información como recurso estratégico en las empresas de base tecnológica. *Revista General De Información y Documentación*, 25(2), 265-285.
[doi:http://dx.doi.org/ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/10.5209/rev_RGID.2015.v25.n2.51238](http://dx.doi.org/ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/10.5209/rev_RGID.2015.v25.n2.51238)
- Rokeach, M. (1968). *Beliefs, attitudes and values: A theory of organization and change*. San Francisco, CA: Jossey Bass.
- Ross, S. (1973). "The economic theory of agency: the principal's problem". *American Economic Review*, 63, 134-139.
- Rozen, F. (2008). Sarbanes - Oxley Act y el control interno sobre el reporte financiero. *Temas de management*, 13-78.
- Ruíz, G. R. (2015). El control sobre la financiación de los partidos políticos: un desafío permanente para el legislador. *Teoría y Realidad Constitucional*, (35), 281-308.
- Sabogal, L. (2013). Los conflictos de intereses de los administradores bajo el nuevo paradigma de la transparencia en el gobierno societario. *Revista e-Mercatoria*, 12(1).
- Saitua, A., Andicoechea, L., & Albizu, E. (2014). Divulgación sobre recursos humanos en el informe de gestión. Análisis del nivel de comparabilidad y uso de indicadores en las empresas del IBEX35. *Boletín De Estudios Económicos*, 69(213), 549-569.

- Salomón, J. O. (2006). *Capacidades gerenciales en las empresas familiares en el Perú: Un estudio exploratorio*. Propuesta de Investigación doctoral no publicada, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Samaha, K. & Dahawy, K. (2011). An empirical analysis of corporate governance structures and voluntary corporate disclosure in volatile capital markets: The Egyptian experience. *International Journal of Accounting, Auditing and Performance Evaluation*, 7(1-2), 61-93
- Sandín, M. (2000). Criterios de validez en la investigación cualitativa: de la objetividad a la solidaridad. *Revista de investigación educativa*, 18(1), 223-242. Recuperado de <http://revistas.um.es/rie/article/view/121561>
- Sandoval, E. (2006). Visibilidad, privacidad y transparencias: los límites de la comunicación. *Global Media Journal*, 3(6), 1-6.
- Sanz, C. & Aliaga, J. (2008). Un análisis de la transparencia informativa por medio de las páginas web corporativas. *Contaduría Universidad De Antioquia*, (52), 87-104.
- Scerpella, L. (2006). Degerencia.com. Recuperado de http://www.degerencia.com/articulo/de_empresa_familiar_a_familia_empresa
- Schwartz, S. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values?. *Journal of Social Issues*, 50(4), 19-45.
- Serrano, J., & Aragón, M. (2012). La gestión de recursos humanos en las corporaciones locales. *Cuadernos de Gestión*, 12(2), 149–168. <https://doi-org.ezproxybib.pucp.edu.pe/10.5295/cdg.100233js>
- Skouloudis, A., Evangelinos, K., & Kourmousis, F. (2009). Development of an evaluation methodology for triple bottom line reports using international standards on reporting. *Environmental Management*, 44(2), 298-311.

- Superintendencia del Mercado de Valores (2002). Gobierno Corporativo. Recuperado de http://www.smv.gov.pe/Frm_VerArticulo.aspx?data=2DDBB5C2CD1060AE030E6D507521DFA95226841C006BE952238AA33F3F6453C1BDF3E8849B
- Smith, A. (1958). *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Solano, S., Casado, P., & Ureba, S. (2016). Análisis de la divulgación de la información sobre la responsabilidad social corporativa en las empresas de transporte público urbano en España. *Revista De Contabilidad*, 19(2), 195-203.
doi:<http://dx.doi.org.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/10.1016/j.rcsar.2015.05.002>
- Standard & Poor's (2010). Guía sobre los criterios de las calificaciones crediticias. Por qué son importantes los criterios y cómo se aplican. Recuperado de https://www.standardandpoors.com/es_LA/delegate/getPDF?articleId=1497863&type=COMMENTS&subType=RATING%20DEFINITION
- Standard & Poor's (2014). *Standard & Poor's project finance ratings criteria reference guide*. Recuperado de https://www.spratings.com/documents/20184/86990/SPRS_Project%2BFinance%2BRatings%2BCriteria%2BReference%2BGuide_FINAL/cdfde690-57d1-4ff4-a87f-986527603c22
- Standard & Poor's (2016). Modelo de Calificación Crediticia. *Educación Superior: Modelo de puntuación crediticia para universidades públicas y privadas sin fines de lucro*. Recuperado de https://www.standardandpoors.com/es_LA/delegate/getPDF?articleId=1587156&type=COMMENTS&subType=CRITERIA
- Tamayo, M. (1997). El proceso de la Investigación Científica. Editorial Limusa.

- Tejedo-Romero, F., & de Araújo, J. (2016). Información del capital humano: La generación de intangibles y la responsabilidad social/ human capital information: Generating intangibles and social responsibility. *Cuadernos De Gestión*, 16(1), 125-143.
- Tellawi, M. (2013). La divulgación de información voluntaria en Internet: Un análisis comparativo entre España y Arabia Saudí. (Spanish). *Gestión Joven*, (10), p. 42.
- Thornberry, N. (1997). A view about vision. *European Management Journal*, 15(1), 28-34.
- Trujillo, Y., Febles, A., León, G., & Betancourt, Y. (2013). La gestión de información y los factores críticos de éxito en la mejora de procesos. *Ciencias de La Información*, 44(3), 27-33.
- Trujillo, M. & Guzmán, A. (2015). Índice de revelación de la información y valor de las empresas en América Latina. Bogotá, Colombia: Editorial CESA.
- Ugalde, N., & Balbastre, F. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: Buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Ciencias Económicas*, 31(2), 179-187.
- Vaccaro, A., & Madsen, P. (2009). ICT and an NGO: Difficulties in attempting to be extremely transparent. *Ethics and Information Technology*, 11, 221-231. doi: 10.1007/s10676-009-9180-3.
- Valencia, J., & Castro, K. (2014). Algunas implicaciones que tiene el uso de la contabilidad creativa en la aplicación de los principios de prudencia y continuidad en la elaboración y revelación de información financiera. *Contaduría Universidad De Antioquia*, (64), 147-179.
- Vanderkast, E., Medina-Huerta, M., Mireles-Cárdenas, C., Guzmán-Amaya, P., & Blázquez-Ochando, M. (2014). La información medioambiental en México: Acceso a la información pública federal/Environmental information in Mexico: Access to the

- federal public information. *Revista Interamericana De Bibliotecología*, 37(2), 141-150.
- Vera, R. (1974). *Historia Universal de la Civilización Tomo I*. Barcelona, España. Ramón Sopena S.A.
- Villalobos, J. (2011). Áreas clave del proceso de ventas. *Entrepreneur Mexico*, 19(10), 50-52.
- Volpentesta, J. (2017). Creación de un método de integración de grupos de interés al gobierno de las empresas. *Estudios Gerenciales*, 33(143), 195-207.
doi:10.1016/j.estger.2017.05.002.
- Walker, R. y Mack, J. (1998). The influence of regulation on publication of consolidated statements. *Abacus*, 34(1), 48-74.
- Wang, D. (2006). Founding family ownership and earnings quality. *Journal of Accounting Research*, 44(3), 619-656.
- Watts, R., & Zimmerman, J. (1986). *Positive accounting theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Yindenaba, J. (2017). *Entrepreneurial finance for MSMEs. A managerial approach for developing markets*. Cham, Suiza: Springer Nature. doi:10.1007/978-3-31934021-0_8.

Apéndices

Apéndice A: Investigaciones Previas de Transparencia Corporativa

Tabla A1

Investigaciones Previas de Transparencia Corporativa

N°	Autor	País en Análisis	Título	Metodología	Problema	Dimensiones de la investigación	Conclusiones
1	Briano, G., & Saavedra, M. (2014)	Argentina, Brasil, Chile y México	Índice de transparencia en gobierno corporativo: La propuesta de la investigación es un índice de divulgación en Buen Gobierno Corporativo (BC) con enfoque a mercados emergentes.	Alcance: Basado en cuatro economías emergentes analiza el problema de agencia y la asimetría existente frente a la información e intereses del accionista " dualidad entre el presidente del consejo y el director General “. Toma como principal análisis empresas familiares. Enfoque: Cuantitativo Diseño: Investigación correlacional longitudinal Muestra: 125 empresas totales analizadas durante 2004 y 2010 llevando a 824 observaciones en el intervalo de 6 años de las 125 empresas Evaluación de resultados: La data fue analizada desde varios frentes análisis descriptivo, bivariado y regresión múltiple.	Los problemas de agencia ocasionan la retención o poca difusión de la información afectando la divulgación de información corporativa y la transparencia.	(i) La influencia positiva en la difusión de la información en BC en relación al tamaño de la compañía. (ii) Mayor nivel de transparencia en BC en proporción a mayor número de consejeros independientes en la compañía. (iii) La negativa relación entre la dualidad del presidente del consejo y el director General frente al nivel de transparencia en GC (iv) Es un índice positivo en el nivel de transparencia la participación de mujeres en la compañía. (v) La concentración de la propiedad afecta negativamente en el nivel de transparencia y GC. (vi) La concentración de propiedad disminuye la divulgación de información sobre GC referente a empresas de estructura de propiedad dispersa.	Dos hipótesis fueron rechazadas de las seis propuestas: iii y iv. La transparencia en BC está asociado con el tamaño de la empresa. El nivel de transparencia tiene un comportamiento ascendente cuando las normativas legales presionan a las empresas a adoptar principios de transparencia en el mercado donde se desarrollan.
2	Balic, A., Bwakira, L., & Patel, A. (2002)	Estudio compara mercados emergentes Asiáticos, sudafricanos, América Latina, Europa del Este y oriente medio.	Medición de la transparencia y divulgación a nivel de empresa en mercados emergentes.	Alcance: Basa su información de la data de Standard & Poor's que abarca tres dimensiones: Estructura de propiedad y relaciones con los inversores, transparencia financiera y divulgación de información; directorio y estructura de procesos de gestión. Enfoque: es Exploratorio, y mientras examinamos las correlaciones bivalentes Muestra: los resultados se basan en un conjunto de datos recién compilados de puntajes en transparencia y divulgación (puntaje T&D) de Standard & Poor's de 1600 compañías grandes en más de 30 países. Que cubren más de 40 mercados y representan aproximadamente el 70% de los mercados mundiales. Capitalización bursátil negociable Evaluación de resultados: La	Diferencias entre sectores, países y tendencias.	1) Estructura de propiedad y relaciones con los inversores. El informe anual contiene: (a) Una descripción de las clases de acciones? (b) ¿Una revisión de los accionistas por tipo? (c) Una descripción de los derechos de voto? (2) Transparencia financiera y divulgación de información. El informe anual contiene información sobre: (a) ¿La política contable de la empresa? (b) Coherencia de la contabilidad de la empresa con las normas internacionales de contabilidad (NIC o EE. UU. GAAP)? (c) Indicadores de eficiencia (rendimiento de los activos, rendimiento del patrimonio, etc.)? (3) Directorio y estructura y procesos de gestión. El informe anual contiene: (a) ¿Una lista de los miembros de la junta? (b) Una lista de comités de la junta? (c) comité de auditoría? (d) ¿Detalles de la remuneración de los directores y detalles del pago relacionado con el desempeño de los directores? (e) ¿Transacciones con partes relacionadas?	Los resultados muestran que los mercados emergentes asiáticos exhiben una mayor transparencia y divulgación posterior a las recientes crisis monetarias, bancarias y del mercado de renta variable. La Valuación también se correlaciona positivamente con la transparencia y la divulgación, en consonancia con la La noción de que el mercado premia a las empresas con menor asimetría

Tabla A1.

Investigaciones Previas de Transparencia Corporativa (Continuación)

Nº	Autor	País en Análisis	Título	Metodología	Problema	Dimensiones de la investigación	Conclusiones
3	Briano, G., & Rodríguez, L. (2013)	España	Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35 : El estudio busca evaluar y compara el nivel de transparencia corporativa mediante un índice de transparencia corporativa en internet (e-ITC)	Alcance: Basa su investigación en el índice de transparencia de Bosón y Escobar (2006) basado en 44 elementos que debe tener los sitios web y se basa para el análisis de contenido de los sitios web de las empresas. Enfoque: Descriptivo Muestra: Selección de 35 empresas de mayor cotización bursátil en España y fuerte presencia en Latinoamérica Evaluación de resultados: Analiza tres aspectos , información corporativa (34.1%), Información financiera/ relación con inversores (22%) y Gobierno corporativo (43.9%)	Este método emplea varias variables que son subjetivas lo que le resta objetividad al resultado	(i) La relación entre las dimensiones de gobierno corporativo y el e-ITC. (ii) Existe una relación positiva entre el tamaño del consejo y la divulgación de información corporativa en internet en las empresas cotizadas del IBEX35. (iii) Una mayor proporción de consejeros independientes incrementa el e-IC en empresas cotizadas del IBEX35 (iv) Existe una asociación negativa entre la concentración del accionariado y el e-ITC en empresas cotizadas españolas. (v) Existe una relación negativa entre la dualidad COB-CEO y el nivel de transparencia corporativa en Internet para las empresas que cotizan en el IBEX35.	
4	Agca & Önder (2007)	Turquia	Divulgación voluntaria en Turquía: un estudio sobre las empresas que cotizan en la Bolsa de Estambul intercambio (ISE): El propósito del estudio es identificar los factores que afectan la divulgación voluntaria y los niveles de Divulgación obligatoria de las empresas en Turquía.	Alcance: Analiza la divulgación transparente y voluntaria de información, emplea la lista de verificación desarrollada por Meek, Roberts y Gray para estandarizar los puntos a evaluar: (i) Información estratégica, (ii) información no financiera e (iii) información financiera. Emplea el modelo de Chau y Gray (2002) que subgrupo las empresas según sus áreas de actividad mediante pruebas de subgrupos. Enfoque: Descriptivo, cualitativo emplea estimaciones de mínimos cuadrados ordinarios Muestra: Tomo 51 empresas que constituyen el 33% de una población de 165 empresas que cotizan en la bolsas de Estambul. Evaluación de resultados: Analiza la empresa desde diferentes aristas: el tamaño de la empresa, el apalancamiento, el auditor, la estructura de propiedad, la rentabilidad, Capacidad, y multinacionalidad, lo que enriquece el estudio.	Este método solo está analizando la divulgación voluntaria de la empresa.	Plantea seis hipótesis, marco estratégico, financiero, no financiera y total de la información difundida. : (i) El tamaño de la empresa impacta positivamente en el nivel de voluntariado estratégico, financiero, no financiera y total de la información difundida. (ii) El nivel de apalancamiento de la empresa tiene un impacto positivo en el nivel divulgación voluntario. (iii) ser auditado por las principales firmas internacionales de auditoría tiene un impacto positivo en el nivel de divulgación voluntaria. (iv) La estructura de propiedad de la empresa tiene un impacto positivo. (v) la rentabilidad de la empresa tiene un impacto positivo. (vi) ser una empresa multinacional tiene un impacto positivo.	El tamaño de la empresa, afecta negativamente los niveles de divulgación de información estratégica, divulgación voluntaria de información financiera y divulgación voluntaria total de información. Este hallazgo contradice la expectativa de este estudio de que habría una correlación positiva entre las variables dependientes e independientes.

Tabla A1.

Investigaciones Previas de Transparencia Corporativa (Continuación)

N°	Autor	País en Análisis	Título	Metodología	Problema	Dimensiones de la investigación	Conclusiones
5	Owusu-Ansah y YeOH (2005)	Nueva Zelanda	El efecto de la legislación en las prácticas difusión corporativa : Medir el efecto de la FRA de 1993 respecto a la divulgación obligatoria de las empresa en Nueva Zelandia	Alcance: estadísticas descriptivas mediante técnicas de mínimos cuadrados ordinarios en el diseño de investigación antes y después. Emplea prueba t invariada y multivariada. Enfoque: Métodos cuantitativo, Regresión múltiple y análisis de sensibilidad Muestra: 200 observaciones y 50 empresas no financieras ni extranjeras que cotizan en bolsa en Nueva Zelanda son la población objetivo. El estudio cubre un periodo de cuatro años. Evaluación de resultados: Analiza la empresa desde diferentes aristas no contempla el efecto de la auditoria o la claridad de la presentación de la información de las NIF siendo esta su limitación.	El efecto de la Ley de Información Financiera de 1993 (FRA) sobre el comportamiento de cumplimiento de la divulgación obligatoria de las empresas. Compara el antes y después de la implementación de la ley.	(i) El tamaño de la empresa (ii) Edad (iii) liquidez (iv) Rentabilidad (v) ser auditado (vi) La estructura de propiedad de la empresa (vii) rentabilidad de la empresa (viii) sector de la industria.	El estudio evidencia que los niveles de cumplimiento corporativo con las NIF mejoran durante período post-FRA, y la mejora parece ser el resultado de la estratégicas medidas de aplicación de la ley introducidas por la FRA
6	Garay, U., Gonzales, G., Gonzales, M., y Hernández, Y., (2006)	Venezuela	Índice de buen gobierno corporativo y desempeño financiero en la Bolsa de Valores de Caracas	Alcance: Elaboración de un índice de gobierno corporativo, basado en la información públicamente disponible de las empresas que se cotizan en la BVC. Enfoque: Cuantitativo modelos de regresión Muestra: 46 empresas inscritas en la Bolsa de Valores de Caracas Evaluación de resultados: Emplea una encuesta de Leal y Carvalho da silva para diagnosticar el estado actual del sector de análisis, considerar cuatro enfoques relevantes: 1. Divulgación y revelación de la información, 2. Composición y funcionamiento de la junta directiva, 3. Ética y conflicto de intereses y 4. Derechos de los accionistas.	En el proceso de elaboración del índice de Buen gobierno corporativo los autores emplean las encuestas y la información disponible de la bolsa para poder clasificarla según las variables financieras de las empresas. No queda muy clara la metodología y el grado de objetividad de los resultados durante el análisis dado que parte de una encuesta.	(i) las buenas prácticas de gobierno corporativo se asocian con una relativa alta valuación y un relativo alto índice de pago de dividendos para las empresas inscritas en la BVC. Define tres tipos de variables según su dependencia o control sobre los puntos de Buen Gobierno Corporativo: Variables dependientes RPD PVL TQ Variable independiente IGC Controles ROA ROE TE AP	Se construyó un índice de gobierno corporativo para las empresas que cotizan en la BVC, el rango del mismo está comprendido entre 0 y 24. Los resultados obtenidos evidencian que el gobierno corporativo de las empresas venezolanas se encuentra ligeramente por encima del correspondiente índice de las empresas de países emergentes. Un mejor índice de gobierno corporativo está asociado a una mayor valoración de mercado.

Tabla A1.

Investigaciones Previas de Transparencia Corporativa (Continuación)

N°	Autor	País en Análisis	Título	Metodología	Problema	Dimensiones de la investigación	Conclusiones
7	Khan, I., Chand, P., & Patel, A. (2013)	Fiji	El impacto de la estructura de propiedad en la divulgación voluntaria corporativa en los reportes anuales : Evidencia de Fiji	Alcance: Un estudio descriptivo de un año en donde se analizaron los principales factores referentes a la divulgación de información social y ambiental. Enfoque: Cualitativo. Muestra: Nueve empresas públicas que cotizan en la Bolsa de Valores del Pacífico Sur (SPSE). Evaluación de resultados: Análisis de Contenido de Informes ambientales y sociales	El impacto a nivel de mejora de imagen para que puedan adoptar los reportes sociales y ambientales de las empresas en Fiji.	(i) Divulgaciones ambientales (ii) Divulgaciones de empleados (iii) Divulgaciones éticas.	Son diversos factores que impactan de manera positiva a la divulgación de información en el ámbito social y ambiental, tales como: (i) la industria (ii) el tamaño de la organización (iii) el capital extranjero
8	Muttakin, M. y Subramani am, N. (2015)	India	Propiedad de la empresa y características de la junta: ¿son importantes para la divulgación de la responsabilidad social corporativa de las empresas indias?	Alcance: Divulgación de información de empresas de diversas características y prácticas sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Enfoque: Cuantitativo. Muestra: 116 empresas no financieras de la provincia de Bangladesh durante el período de 2005-2009. La muestra consta de diferentes empresas de diferentes sectores: 21 empresas de alimentos, 7 empresas de cemento, 4 empresas de ingeniería, 21 empresas de productos farmacéuticos, 2 empresas de papel e impresión, 3 empresas de yute, 23 empresas de textil y 11 empresas de diferentes sectores. Evaluación de resultados: Validación de contenido de reportes anuales de verificación de divulgación de información de RSE y características de la empresa y diversidad del personal (género y nacionalidad).	Información en relación al tamaño de la empresa y diversidad del personal (género y nacionalidad) y el alcance de divulgación de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).	(i) Propiedad del promotor (PRMOWN), (ii) propiedad extranjera (FOROWN), (iii) propiedad del gobierno (GOVTOWN), (iv) proporción de directores independientes a bordo (BIND), (v) dualidad del CEO (CEODU), (vi) tamaño de la empresa (FSIZE), (vii) edad de la empresa (FAGE), (viii) apalancamiento (LEV), (ix) rendimiento de los activos (ROA) e (x) industrias sensibles al medio ambiente (SEN).	La divulgación de información voluntaria apoyado por los directores independientes a bordo, dualidad del CEO, el tamaño y edad de la empresa.

Tabla A1.

Investigaciones Previas de Transparencia Corporativa (Continuación)

N°	Autor	País en Análisis	Título	Metodología	Problema	Dimensiones de la investigación	Conclusiones
9	Martynova y Renneboog (2006)	Europa	<p>El rendimiento del Mercado Europeo para el control societario:</p> <p>La propuesta de la investigación compara el impacto de los mercados de las fusiones ya adquisiciones en Reino Unido y Europa continental con enfoque a la protección del inversionista minoritario</p>	<p>Alcance: Realiza un análisis en el desempeño de las adquisiciones corporativas de empresas Europeas (Central y Oriental) para investigar el impacto de las estructuras y la normatividad legal en los patrones de fusion y adquisicion de las empresas toma en consideracion la primera ola y la quinata ola entre los años: 1993-2001. Asi como la importancia de la informacion comercial del valor de la accion frente a un ambiente de especulación.</p> <p>Enfoque: Cuantitativo mediante el empleo del indice MSCI-Europeo</p> <p>Diseño: Investigacion multivariado y regresión lineal</p> <p>Muestra: 2,419 anuncios europeos de adquisiciones y fusiones entre 28 países de Europa y el Reino Unido</p> <p>Evaluación de resultados: La data fue analizada desde la estructura de propiedad y control de propiedad de la empresas, estudia los lanzamientos de empresas en bolsa asi como el proceso de licitacion , adquisicion y fusion de empresas. Aplica modelos de regresion lineal.</p>	<p>La manera como se benefician las empresas licitadoras de las adquisiciones realizadas por otras empresas reduciendo el beneficio al accionista de la empresa ofertante dentro de un escenado no regulado de adquisiciones en los países .</p> <p>Generar un ambiente de especulacion para el beneficio de la venta por accion antes de la oferta. La diferencia de poder entre los accionistas mayoritarios y minoritarios hace que exista una desigualdad en la transmision de informacion durante el proceso de fusión y adquisicion de la empresas asi como el beneficio economico de la operacion de compra o fusión entre pares.</p> <p>En Europa existen diferente politicas legales entre los países en favor de los inversionistas minoritarios.</p>	<p>(i)La estructura de propiedad (control de las firmas ofertantes).</p> <p>(ii) Dependencia de la propiedad directa e indirecta con el derecho a voto.</p> <p>(iii)Ambito de la industrial</p> <p>(iv) Medios de pago de las ofertas</p> <p>(v)Estado legal de la firma</p> <p>(vi) Ambito geografico</p> <p>(vii) Tipo de adquisición</p>	<p>(i)El entorno corporativo es un factor importante que afecta la reacción del mercado ante las adquisiciones.</p> <p>(ii)Las preferencias sobre su propiedad última en la empresa objetivo se ven afectadas por la regulación de la adquisición.</p>
10	IdN (2010)	Chile	<p>índice de Transparencia Corporativa ITC 2010</p>	<p>Alcance: Desarrollar una metodología que permita validar la transparencia corporativa en las principales sociedades anónimas abiertas de Chile.</p> <p>Enfoque: Cuantitativo.</p> <p>Muestra: Se analizaron 70 empresas, 40 de ellos cotizan en la Bolsa de Santiago (IPSA) y 30 de ellos no cotizan en la Bolsa de Santiago.</p> <p>Evaluación de resultados: Analiza las empresas chilenas en los siguientes indicadores de medición de transparencia: presentación y negocios, gobierno corporativo, información para el inversionista, información financiera, RSE y RSA y Misceláneos, lo que enriquece el estudio.</p>	<p>El Estado y los organismos chilenos impulsan la cultura de transparencia en el país pero en el sector privado existe un rezago en divulgar su información.</p>	<p>(i) Presentación y Negocios,</p> <p>(ii) gobierno corporativo,</p> <p>(iii) información para el inversionista, (iv) información financiera, (v) RSE y RSA, (vi) Misceláneos.</p>	<p>Se concluyó que existe poca divulgación de la información en las nuevas tecnologías mediante el uso de la plataforma de Internet, páginas web, sistema RSS (sus siglas en inglés suscripción realmente simple). La mayoría de las empresas de sociedades anónimas abiertas en Chile solamente se conforman en cumplir las normas locales, no teniendo la visión de divulgar mayor información para inversionistas extranjeros puedan invertir en nuevos proyectos.</p>

Tabla A1.

Investigaciones Previas de Transparencia Corporativa (Continuación)

N°	Autor	País en Análisis	Título	Metodología	Problema	Dimensiones de la investigación	Conclusiones
11	Standard and Poor's	Análisis a nivel mundial	<p>Criterios de calificación crediticias de Standard&Poor's (S&P)</p> <p>La propuesta brinda factores de calificación acotados al tipo de objeto de estudio se caracteriza por emplear métodos mixtos de análisis cualitativos y cuantitativos.</p>	<p>Alcance: Realiza un análisis desde un enfoque mixto equilibrando los factores: cualitativo y cuantitativo sus procedimientos están en función al perfil de la empresa.</p> <p>Enfoque: Cuantitativo y Cualitativo.</p> <p>Diseño: Investigación multivariado</p> <p>Evaluación de resultados: Actualmente existen ocho diferentes criterios de modelo enfocado a Riesgo de negocio y financiero: (i) Corporaciones, (ii) Instituciones Financieras y (iii) Seguros. Riesgo Gobiernos geopolíticos: (i) Estructuras financieras, (ii) infraestructura, (iii) Gobernanza, (iv) Legal y (v) General.</p>	Las diferentes políticas legales entre los países y características de los sectores hacen que la guía sea ajustada en función al objeto de estudio.	<p>La data fue analizada desde: (i) Ámbito de la industria, (ii) El entorno del mercado donde se desarrollan, (iii) Estructura legal de la empresa: prácticas, políticas y procedimientos administrativos en el manejo de activos, (iv) Estructura crediticia: Calidad, flujo de efectivo y garantías crediticias en caso de incumplimiento y (v) Evaluación de vulnerabilidad: tendencias de comportamiento crediticio.</p>	Por su enfoque mixto el método permite cubrir resultados más claros y realistas a las condiciones de cada empresa u gobierno.
120	Trujillo, M., & Guzman, A. (2015)	Colombia	<p>Índice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina</p>	<p>Alcance: Construir un índice compuesto que permita evaluar de manera minuciosa la relación existente entre la divulgación de información, transparencia corporativa y el desempeño financiero de las empresas que cotizan en las seis principales bolsas de valores de Latinoamérica.</p> <p>Enfoque: Cuantitativo.</p> <p>Muestra: Se analizaron 454 empresas: 46 empresas de Argentina, 89 empresas de Brasil, 132 empresas de Chile, 41 empresas de Colombia, 83 empresas de México y 63 empresas en Perú.</p> <p>Evaluación de resultados: Revela que la transparencia de las empresas de Latinoamérica se ha incrementado en 4.4%, sin embargo el 40% de las variables que constituyen el índice no divulgan información. Los sectores que tienen un alto índice de transparencia son: la actividad inmobiliaria, educación, hoteles y restaurantes, explotación de minas, electricidad, gas y agua y los sectores que tienen un bajo índice de transparencia son: vehicular de inversión, pesca, agricultura, ganadería, caza y otros sectores comunitarios y sociales.</p>	Revelar información y valor de las empresas de Latinoamérica respecto al desempeño relativo sobre los niveles de transparencia corporativa ya que es un asunto crítico para la región que busca ser más competitivo, tener un mejor posicionamiento y acceder a los mercados globales.	<p>(i) Junta directiva, (ii) resumen ejecutivo, (iii) información de la empresa, (iv) gobierno corporativo, (v) responsabilidad social corporativa, (vi) informe económico, (vii) gestión de riesgos, (viii) dimensión social y (ix) responsabilidad con otros grupos de interés.</p>	Se concluyó que la investigación demuestra que existe una relación directa entre la divulgación de información y valor que tienen las empresas que cotizan en las 6 principales bolsas de valores de Latinoamérica.

Apéndice B: Modelos Referentes de Transparencia Corporativa

Tabla B1

Ventajas y Desventajas de los Modelos Referentes

Modelo	Año	Autor	País	Dimensiones	VARIABLES	ANALISIS	VENTAJAS	DESVENTAJAS	
Medición de la transparencia y divulgación a nivel de empresa en mercados emergentes: Asiáticos, Sudafricanos, América Latina, Europa del Este y oriente medio.	2002	Balic, A., Bwakira, L., & Patel, A.	India	Información Financiera	Políticas contables de la empresa.	Basada en Standard and Poor's que abarca: Estructura de propiedad enfocada en la relaciones con los inversores, transparencia financiera y divulgación de información.	El aporte principal del estudio es comparar cinco mercados emergentes.	Enfocado en información relevante para el accionista basándose en indicadores financieros.	
					Coherencia de la contabilidad de la empresa con las normas internacionales contables.				No considerar las empresas que no cotizan en bolsa.
					Indicadores de eficiencia				No presenta evoluciones del indicador en el tiempo se basa en el análisis de un año.
				Estructura de propiedad	Transacciones con partes relacionadas				
					Relación con los inversores				
					Informe anual: descripción de las clases de acciones y tipos de accionistas.				
					Descripción derechos de voto				
Directorio y estructura y procesos de gestión.									
El informe anual contiene: lista de los miembros y comités de la junta									
Comité de auditoría: Detalles de la remuneración de los directores y pago relacionado con el desempeño de los directores									

Tabla B1.

Ventajas y Desventajas de los Modelos Referentes (Continuación)

Modelo	Año	Autor	País	Dimensiones	Variables	Analisis	Ventajas	Desventajas
El rendimiento del Mercado Europeo para el control societario (MSCI-Europeo)	2006	Martynova, M., & Renneboog, L.	Europeo	Información Estratégica	Estructura de propiedad Dependencia de la propiedad en el derecho a voto Ambito de la industria Medios de pago de las ofertas publicas Estado legal de la firma	Basa su investigacion unicamente en la transparencia de la información para los accionistas minoritarios en el proceso de adquisición y fusión de empresas en procesos de ofertas publicas.	Es relevante su enfoque en la estructura de propiedad y dependencia de voto de la junta Incorpora el componente que asocia la transparencia con el sector industrial.	No puede ser considerado como un indicador integral de transparencia No presenta evoluciones del indicador en el tiempo se basa en el analisis de un año.
La composición del consejo de administración y la estructura accionaria como factores explicativos de la transparencia en el gobierno corporativo en Latinoamérica.	2014	Briano, G., & Saavedra, M.	Argentina, Brasil, Chile y México	Información Financiera	ROA Tamaño del consejo Sector de la industria Nivel de endeudamiento y Años que cotiza en bolsa.	La propuesta de la investigación se basa en un índice de divulgación en Buen Gobierno Corporativo para mercados emergentes.	Esta enfocado en los mercados emergentes.	Valida solo para empresas que cotizan en bolsa. Su enfoque en la estructura de propiedad.

Tabla B1.

Ventajas y Desventajas de los Modelos Referentes (Continuación)

Modelo	Año	Autor	País	Dimensiones	Variables	Analisis	Ventajas	Desventajas
Transparencia corporativa	2010	IdN Inteligencia de Negocios	Chile	Información Corporativa General	Historia corporativa	Se basa su investigación en la búsqueda de información existente en las páginas web de un grupo seleccionado de empresas chilenas que cotizan en la bolsa de Santiago (IPSA) y otras empresas chilenas sociedad anónima abierta que no cotizan en la bolsa de Santiago (no IPSA).	Identifica la divulgación de la información por sector económico y compara los promedios del modelo de índice de transparencia corporativa con los estándares internacionales de cada sector.	Identifica el bajo impacto en la divulgación de la en el uso de nuevas tecnologías de información basados en la plataforma de Internet
					Misión			
					Visión	Las variables fueron ponderadas por un modelo de medición binario de acuerdo al número de atributos informativos y relevancia del tipo de información divulgada.		
				Estrategia Corporativa	Valores	Su modelo de índice de transparencia se contruyó en base a las recomendaciones internacionales: UN, OCDE, EEUU, UK, UE, etc.		
				Información Financiera	Memoria Anual			
					Estados Financieros			
				Responsabilidad ambiental	Informe de sostenibilidad			
					Desempeños			

Tabla B1.

Ventajas y Desventajas de los Modelos Referentes (Continuación)

Modelo	Año	Autor	País	Dimensiones	Variables	Analisis	Ventajas	Desventajas
El impacto de la estructura de propiedad en la divulgación voluntaria corporativa en los reportes anuales : Evidencia de Fiji	2013	Khan,I., Chand, P., & Patel, A.	Fiji	Información estrategica	Información Corporativa General	Analizan los principales factores referentes a la divulgación de información social y ambiental.	Identifica el impacto positivo de la divulgación de información según la industria, tamaño de la organización y capital extranjero.	Basa su información en empresas que cotizan en bolsas no considera todo tipo de empresa.
					Estrategia corporativa			
					Perspectivas de futuro			
				Responsabilidad Social Corporativa	Información Ambiental Caridad / Programas Comunitarios Mercado			
				Información Financiera	Historia Financiera Analisis Financiero (Graficas/Tablas)			

Tabla B1.

Ventajas y Desventajas de los Modelos Referentes (Continuación)

Modelo	Año	Autor	País	Dimensiones	Variables	Analisis	Ventajas	Desventajas
Indice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina	2015	Trujillo, M., & Guzman, A.	Colombia	Información Corporativa General	Historia sobre los principales hechos del pasado y presente de la empresa.	Su investigación se basa en el análisis sobre el desempeño de las empresas latinoamericanas (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú) que cotizan en sus principales bolsas de valores en referencia a las buenas prácticas de revelación de la información.	El modelo de índice desarrollado demuestra que existe una relación directa entre la divulgación de la información para las empresas que cotizan en la bolsa de valores latinoamericanas.	No considera a las empresas que no cotizan en la bolsa de valores.
					Estructura organizacional de la empresa que detalle el organigrama.	El cálculo de su índice de transparencia se baso en dos etapas: (i) puntuación asignada a cada variable (0: no divulga información y 1: si divulga información) y (ii) el valor del índice correspondiente al porcentaje de sus variables de la divulgación de la información entre el total de las variables a evaluar.		
				Estrategia Corporativa	Perfil de la empresa en referencia sobre información de la presencia internacional de la empresa a través de las exportaciones.			
					Visión			
Estructura de Propiedad	Marco estratégico del resumen del plan estratégico y sus principales desafíos. Perfil de la empresa sobre informacion del tipo de sociedad.							
Hechos importantes	Perfil profesional del directorio sobre el perfil profesional, edad y género. Resumen de la información financiera de la empresa en el año que indique sobre los hechos financieros de la empresa							
Reporte anual de sostenibilidad	El reporte integrado que presenta la empresa basado en los estándares del <i>Global Reporting Initiative</i> (GRI).							

Tabla B1.

Ventajas y Desventajas de los Modelos Referentes (Continuación)

Modelo	Año	Autor	País	Dimensiones	Variables	Analisis	Ventajas	Desventajas
Indice de Revelación de la Información y Valor de las Empresas en América Latina	2015	Trujillo, M., & Guzman, A.	Colombia		Publicación de certificaciones de la empresa	Su investigación se basa en el análisis sobre el desempeño de las empresas latinoamericanas (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú) que cotizan en sus principales bolsas de valores en referencia a las buenas prácticas de revelación de la información.	El modelo de índice desarrollado demuestra que existe una relación directa entre la divulgación de la información para las empresas que cotizan en la bolsa de valores latinoamericanas.	No considera a las empresas que no cotizan en la bolsa de valores.
				Cumplimiento de estándares internacionales		El cálculo de su índice de transparencia se baso en dos etapas: (i) puntuación asignada a cada variable (0: no divulga información y 1: si divulga información) y (ii) el valor del índice correspondiente al porcentaje de sus variables de la divulgación de la información entre el total de las variables a evaluar.		No realiza ningún proceso de ponderación asigna el mismo peso a cada una de la variables, dicha información divulgada tiene la misma importancia para los grupos de interés.
				Responsabilidad con otros grupos de interés	Relación con los proveedores sobre el nivel de empresas, personas contratistas y otros. Relación con los accionistas sobre la forma como ss comunican los inversionistas. Revelación con los clientes en relació a su nivel de satisfacción.			
				Atracción y retención del talento humano	Es el comportamiento interno de los trabajadores en términos del tipo de contrato, género y desarrollo profesional.			
				Gestión de la cultura y el ambiente laboral	La existencia de un proceso de evaluación que mida el desempeño del trabajador.			
				Clima Organizacional	Básado en los estándares internacionales del clima laboral en la organización.			
				Proyectos de bienestar para los trabajadores	Planes en la mejora de la calidad de vida de los trabajadores (Plan de Bienestar del trabajador y Plan de Bienestar para la Familia) .			
				Seguridad y Salud Ocupacional	Plan de salud del trabajador en las áreas de riesgo de salud.			

Tabla B1.

Ventajas y Desventajas de los Modelos Referentes (Continuación)

Modelo	Año	Autor	País	Dimensiones	Variables	Analisis	Ventajas	Desventajas
Standard and poor 's	2014	Grupo de analistas de S&P	Estados Unidos	Información estrategica	Información Corporativa General	El modelo poseen atributos específicos del tipo de empresa, sector industrial o gobierno que analice por tanto los factores de calificación varían según el giro de la industria donde se aplicaran porque poseen componentes cualitativos y cuantitativos.	Enfoque mixto el metodo permite cubrir resultados más claros y realistas a las condiciones de cada empresa u gobierno.	Las diferentes politicas legales entre los paises y características de los sectores hacen que la guia sea ajustada enfuccion al objeto de estudio.
					Estrategia corporativa	El cálculo de su índice de transparencia se baso en dos etapas: (i) puntuación asignada a cada variable (0: no divulga información y 1: si divulga información) y (ii) el valor del índice correspondiente al porcentaje de sus variables de la divulgación de la información entre el total de las variables a evaluar.		
				Perspectivas de futuro				
				Estructura de propiedad	Relacion con los inversores Influencia del accionista Derechos de los accionistas transparencia, auditoria y gestion de riesgo de la empresa Eficacia de la junta			

Tabla B2

Modelo Colombia: Dimensiones y Variables

No	Dimensión	Variable
1	Junta Directiva	Nombres de los miembros de junta directiva
		Carácter de interno o externo
		Perfil de los miembros de la junta
		Remuneración de los miembros de la junta
		Asistencia a las reuniones
		Procesos de selección y elección de los miembros de junta directiva
		Nombre de los comités
2	Resumen Ejecutivo	Integrantes de los comités
		Resumen general de la operación del año
		Resumen de la información financiera
		Carta a los accionistas
3	Información de la Empresa	Perfil de la empresa
		Estructura organizacional
		Historia
4	Gobierno Corporativo	Marco estratégico
		Misión
		Certificaciones y acreditaciones
		Código de buen gobierno
		Estructura de gobierno
		Informe anual de gobierno corporativo
		Cumplimiento del código de buen gobierno
		Procesos de selección y política de remuneración de altos directivos
		Estructura de control interno
		Estructura de control externo
5	Responsabilidad Social Corporativa	Transparencia y anticorrupción (manual conflictos de interés)
		Relacionamiento con grupos de interés
		Resultados de la RSE con grupos de interés
		Reporte de sostenibilidad
		Proyectos de protección ambiental
6	Informe Económico	Inversiones ambientales
		Resumen del estado de resultados
		Resumen del balance general
		Indicadores financieros
		Rendimiento de inversiones
		Ejecución presupuestal
7	Informe Económico	Evolución de la acción en el mercado
		Identificación de riesgos
		Mapa de riesgos
8	Dimensión Social	Asuntos legales
		Atracción y retención de talento humano
		Perfil y clasificación de trabajadores (tablas salariales)
		Gestión de la cultura y el ambiente laboral
		Clima organizacional
9	Responsabilidad con otros grupos de interés	Proyectos de bienestar para los trabajadores
		Salud ocupacional
		Ausentismo laboral
		Relación con los proveedores
		Relación con los accionistas
		Relación con los clientes y los productos

Nota: Tomado de Índice de revelación de la información y valor de las empresas en América Latina. Trujillo, M. & Guzmán, A. (2015).

Apéndice C: Empresas Exportadoras Agroindustriales

Tabla C1

Empresas Exportadoras Agroindustriales

N° Exportador Agroindustrial	N° Exportador Agroindustrial
1 Agrícola Andrea S.A.C.	75 Cooperativa Agraria Cafetalera Y De Servicios Oro Verde Ltda
2 Agrícola Cerro Prieto S.A.	76 Cooperativa Agraria Norandino Ltda.-Coop.Norandino
3 Agrícola Challapampa S.A.C	77 Cooperativa De Servicios Multiples Cenfrocafe Peru
4 Agrícola Chapi S.A.	78 Cooperativa De Servicios Multiples Sol&Cafe Ltda.
5 Agrícola Cuyuma S.A.	79 Coproimpex Sociedad Anonima Cerrada
6 Agrícola Don Ricardo S.A.C.	80 Corporacion Agroexportica S.A.C.
7 Agrícola Hoja Redonda S.A.	81 Corporacion Agrolatina S.A.C.
8 Agrícola La Joya S.A.C.	82 Corporacion Fruticola De Chincha S.A.C.
9 Agrícola La Venta S.A.	83 Danper Arequipa S.A.C.
10 Agrícola Las Marias S.A.C.	84 Danper Trujillo S.A.C.
11 Agrícola Los Medanos S.A.	85 Dominus S.A.C
12 Agrícola Norsur S.A.C	86 Ecosac Agrícola S.A.C.
13 Agrícola Pampa Baja S.A.C.	87 El Bosque Empresa Individual De R Ltda
14 Agrícola Riachuelo S.A.C	88 El Pedregal S.A
15 Agrícola San Jose S.A.	89 Empacadora Y Procesadora Huamani Sac
16 Agrícola Santa Azul S.A.C	90 Empresa Agrícola San Juan S.A
17 Agrícola Sol De Villacuri S.A.C.	91 Empresa Agra Export Ica S.A.C.
18 Agrícola Y Ganadera Chavin De Huantar S.A.	92 Eurofresh Peru S.A.C
19 Agrícola Yaurilla S.A.	93 Exandal S.A.
20 Agrícolas Y Forestales S.A.C.	94 Exportadora Agrícola Organica S.A.C.
21 Agro Fergi S.A.C.	95 Exportadora Fruticola Del Sur S.A.
22 Agro Floral Peru S.A.C.	96 Exportadora Kon Sol S.A.C.
23 Agroindustrial Paramonga S.A.A.	97 Fruitxchange S.A.C - Fc S.A.C
24 Agro Paracas S.A.	98 Frutarom Peru S.A.
25 Agro Victoria S.A.C.	99 Frutas Piuranas S.A.C.
26 Agroexportadora Sol De Olmos S.A.C.	100 Frutas De Piura Sociedad Anónima Cerrada - Frutas De Piura S.A.C.
27 Agroindustrial Laredo S.A.A.	101 Frutos Tongorrape S.A.
28 Agroindustrias AIB S.A	102 Frutos Tropicales Del Norte S.A.
29 Agroindustrias Golden Fresh S.A.C.	103 Fundo Los Paltos S.A.C.
30 Agroindustrias Inka Gold Empresa Individual De Responsabilidad Limitada	104 Fundo Sacramento S.A.C.
31 Agroindustrias Verdeflor S.A.C.	105 Gandules Inc Sac
32 Agroinper Foods S.A.C.	106 Global Fresh S.A.C.
33 Agroinversiones Valle Y Pampa Peru S.A.	107 Green Peru S.A
34 Agrojibito S.A.	108 Greenland Peru S.A.C.
35 Agrolmos S.A.	109 Grupo Organico Nacional S.A
36 Agromar Industrial S.A.	110 Hass Peru S.A.
37 Agronegocios La Grama S.A.C.	111 Hfe Berries Peru S.A.C.
38 Agronegocios Los Angeles S.A.C.	112 Hortifrut-Tal S.A.C.
39 Agropecuaria Las Lomas De Chilca S.A	113 I Q F Del Peru Sa

Tabla C1.

Empresas Exportadoras Agroindustriales (Continuación)

N° Exportador Agroindustrial	N° Exportador Agroindustrial
40 Agroworld S.A.C.	114 Icatom S.A.
41 Agualima S.A.C.	115 Industrias Del Espino S.A.
42 Alisur S.A.C.	116 Intipa Foods S.A.C.
43 Alsur Peru S.A.C.	117 Kon Sol Peru S.A.C.
44 Alv Trading S.A.	118 Limones Piuranos S.A.C.
45 Asica Farms S.A.C.	119 Logistica Fruticola S.A.C.
46 Asociacion Agricola Compositan Alto	120 Manuelita Fyh S.A.C.
47 Asociacion Comunal De Productores De Banano Organico De Querecotillo Y Anexos	121 Passion Fresh S.A.C.
48 Asociacion De Bananeros Organicos Solidarios Salitral	122 Peak Quality Del Peru S.A.
49 Asociacion De Pequeños Productores Organicos De Querecotillo	123 Perales Huancaruna S.A.C.
50 Asociacion De Productores Agroecologicos Biocafe Pichanaki	124 Phoenix Foods S.A.C.
51 Asociacion De Productores De Banano Organico Valle De La Chira	125 Plantaciones Del Sol S.A.C
52 Atlantic Fruits Peru Branch S.A.C.	126 Prac Agribusiness Fresh S.A.C.
53 Avo Peru S.A.C.	127 Prac Agribusiness S.A.C.- Pracab S.A.C.
54 Avocado Packing Company S.A.C.	128 Procesadora Del Sur S.A.
55 Biofruit Export S.A.	129 Procesadora Laran S.A.C.
56 Bland Farms (Peru) S.A.C.	130 Procesadora Peru S.A.C.
57 Blueberries Peru S.A.C.	131 Procesos Agroindustriales Sociedad Anonima
58 Cafetalera Amazonica S.A.C.	132 Pronatur S.A.C
59 Campos Del Sur S.A.	133 Quicornac S.A.C.
60 Camposol S.A.	134 Rvr Agro E.I.R.L.
61 Cartavio S.A.A.	135 S & M Foods S.R.L.
62 Casa Grande S.A.A.	136 Santa Sofia Del Sur S.A.C.
63 Cent.De Coop.Agr. Caf.Valles Sandia Ltda	137 Sobifruits S.A.C.
64 Central Piurana De Asociaciones De Pequeños Productores De Banano Organico	138 Sociedad Agricola Don Luis S.A.
65 Chia Organica S.A.C.	139 Sociedad Agricola Drokasa S.A.
66 Cia.De Exp.Y Negocios Gnrles.S.A.(Coexa)	140 Sociedad Agricola Rapel S.A.C.
67 Colorex S.A.C.	141 Sociedad Agricola Saturno S.A.
68 Complejo Agroindustrial Beta S.A.	142 Sociedad Agricola Viru S.A.
69 Conservas Vegetales Cerro Verde S.A.C	143 "Soluciones Avanzadas En Agronegocios - Wiraccocha Del Peru" S.A.C.
70 Consorcio De Productores De Fruta S.A.	144 Sumaqao S.A.C.
71 Coop Agraria Cafetalera Bagua Grande Ltd	145 Sunshine Export S.A.C
72 Cooperativa Agraria Apbosmam	146 Tropical Fruit Trading Peru S.A.C.
73 Cooperativa Agraria Appbosa	147 Villa Andina S.A.C.
74 Cooperativa Agraria Cacaotera Acopagro	

Tabla C2

Perfil de Muestra

N°	Empresas	Tipo	Cotiza en Bolsa	No cotiza en bolsa	Familiar	No Familiar	Proporción de participación del directorio	N° Empleados declarados	Valor FOB -2017 (Millones de US \$)
1	Camposol S.A.	No tradicional		X	Dyer		100% Diversificada	21,424	243.91
2	Sociedad Agrícola Drokasa S.A.	No tradicional	X		Kahan		100% Diversificada	4,616	107.09
3	Perales Huancaruna S.A.C.	No tradicional		X	Perales		66% Familiar y 34% Externos	130	121.74
4	Sociedad Agrícola Virú S.A. (*)	No tradicional		X		x	N.E	N.R	167.2
5	Danper Trujillo S.A.C.	No tradicional		X	Cabellos		33% Familiar y 67% Externos	13,131	151.62
6	Complejo Agroindustrial Beta S.A.	No tradicional		X		x	100% Diversificada	10,906	104.66
7	HORTIFRUT-TAL S.A.C. (**)	No tradicional		X	Quevedo		27% Familiar y 73% Externos	6,881	47.00
8	Hass Perú S. A	No tradicional		X	Ganoza		33% Familiar y 67% Externos	2,151	29.44
9	El pedregal S. A	No tradicional		X	Bustamante / Macedo de Rivero		45% Familiar y 55% Externos	14,335	51.27
10	Dominus S.A.C	No tradicional		X		x	100% Diversificada	163	12.81
11	Agrícola Chapí S.A.	No tradicional		X	Baertl		42% Familiar y 58% Externos	1,241	26.53
12	Agro Fergi S.A.C.	No tradicional		X	Fernández Gil		100% Familiar	8	11.74
13	Gandules INC SAC	No tradicional		X		x	100% Diversificada	6,839	78.35
14	Blueberries Perú S.A.C.	No tradicional		X		x	100% Diversificada	1,112	12.68
15	Agroindustrias Golden Fresh S.A.C. (****)	No tradicional		X		x	100% Diversificada	4	9.68
16	Ecosac Agrícola S.A.C. (***)	No tradicional		X	León		50% Familiar y 50% Externos	7,900	62.74
17	Agrícola y Ganadera chavín de huantar SA	No tradicional	X		Salazar		100% Familiar	265	8.94
18	Empresa Agrícola San Juan S.A(****)	No tradicional	X		Huancaruna		100% Diversificada	2,799	16.77
19	Frutas Piuranas S.A.C.	No tradicional		X	Morocho		100% Familiar	1	13.06
20	Green Perú S.A (****)	No tradicional		X		Grupo Cidacos	100% Diversificada	3,036	47.49
21	Agroindustrial paramonga S.A.A (*****)	Tradicional	X		Wong		54% Familiar y 46% Externos	1,130	10.07
22	Villa Andina S.A.C	Tradicional		X	Martinto Housman		40% Familiar y 60% Externos	226	15.13
23	Agrolmos S. A	Tradicional		X	Rodríguez		30% Familiar y 70% Externos	612	18.77
24	Cartavio S.A. A	Tradicional	X		Rodríguez		25% Familiar y 75% Externos	1,489	27.22
25	Agroindustrias San jacinto S.A. A	Tradicional	X		Rodríguez		23% Familiar y 77% Externos	1,302	7.52
26	Casa grande S.A. A	Tradicional	X		Rodríguez		10% Familiar y 90% Externos	3,673	12.52
27	Agroindustrial Laredo S.A. A	Tradicional	X			Grupo Manuelita	100% Diversificada	1,860	10.69
28	Limonos Piuranos S.A.C (****)	Tradicional		X	Fossa		100% Diversificada	135	14.92
29	Cafetalera Amazónica S.A.C. (****)	Tradicional		X		x	100% Diversificada	93	60.90
Total								107,462	1,502

Nota: (*) No Especificada (N.E) y No Registrada (N.R) /(**) El directorio está constituido por 22 personas y el 22% son extranjeros

(***) Recién el 2018 incorporado en la Bolsa de valores; Sin embargo, esta investigación se basa en los resultados del 2017.

(****) Empresa cuenta con dos accionistas

(*****) El directorio está constituido por 11 personas y el 9% son extranjeros

Las empresas con reporte en Sunat de trabajadores menores a 10 tercerizan su personal operativo al 100%

Apéndice D: Criterio Evaluación para Selección de Componentes

Tabla D1

Criterios de Evaluación para la Selección de Componentes del Modelo

Criterio Evaluación	Dimensiones					
	Modelo Chile	Modelo Hong Kong y Singapur	Modelo Europa	Modelo Fiji	Modelo Colombia	Modelo Estados Unidos
Gestión Estratégica	Presentación y negocios	Tamaño de empresa	Estructura de Propiedad	Información Estratégica	Junta Directiva	Información Estratégica
	Información para el inversionista	Estructura de Propiedad	Dependencia de la propiedad con el derecho al voto		Resumen Ejecutivo	Estructura de Propiedad
	Gobierno Corporativo		Ámbito de la industria Ámbito Geográfico		Información de la empresa Gobierno Corporativo	
Financiero y Contable	Información financiera	Apalancamiento de la empresa	Medios de pagos de las ofertas públicas	Información Financiera	Informe económico	Información Financiera
		Auditable de la empresa Rentabilidad de la empresa	Tipo de Adquisición			
Responsabilidad Social	Responsabilidad Social Empresarial			Responsabilidad Social Corporativa	Responsabilidad Social	
	Responsabilidad Social Ambiental				Responsabilidad con otros grupos de interés	
Recursos Humanos				Información no Financiera	Dimensión Social	
Otros	Misceláneo	Multicolinealidad de la empresa			Gestión de Riesgos	

Apéndice E: Criterio de Ponderación

Tabla E1

Ponderación de las Dimensiones

Dimensión	Ponderación por dimensión	Variable	Ponderación por variable	Sub-variable	Ponderación por subvariable	Factor de Medición	Ponderación por factor						
1. Información Estratégica	25.93	Información Corporativa General	9.26	Tamaño de la empresa	5.56	Facturación total de la empresa	1.85						
				Reseña Histórica	3.70	FOB	1.85						
				Misión		Número de Empleados	1.85						
				Visión		Orígenes	1.85						
				Políticas y Valores	7.41	Evolución	1.85						
				Resumen Plan Estratégico			1.85						
		Estructura de Propiedad	9.26	Composición de Accionariado	7.41	Composición de Junta del directorio	1.85	Porcentaje Familiar	1.85				
						Perfil profesional	1.85	Porcentaje Externos / Mixto	1.85				
						Historial Financiera	18.52	Índices Financieros	14.81	Estados Financieros	3.70	Nombres de integrantes del directorio	1.85
										Estados Financieros Auditados		1.85	
										Notas a los Estados Financieros		1.85	
										Líquidez		1.85	
Rotación de Activos		1.85											
Solvencia		1.85											
Deuda/Patrimonio		1.85											
Rentabilidad sobre ventas netas %		1.85											
Rentabilidad de Patrimonio %		1.85											
Valor en libros %		1.85											
Rentabilidad de Actividades Ordinarias %		1.85											
Cambio del accionariado		1.85											
Hechos Importantes	7.41	Resumen ejecutivo	7.41	Cambios de ejecutivos claves		1.85							
				Proyectos relevantes de inversión		1.85							
				Exportaciones		1.85							

Tabla E1.

Ponderación de las Dimensiones (Continuación)

Dimensión	Ponderación por dimensión	Variable	Ponderación por variable	Sub-variable	Ponderación por subvariable	Factor de Medición	Ponderación por factor		
3. Responsabilidad Social Corporativa	20.37	Reporte anual de sostenibilidad	3.70	Publicación actualizada de Global Reporting Initiative(GRI) Informe de Sostenibilidad	3.70		1.85		
				Publicación de Certificaciones			1.85		
				Cumplimiento de estándares internacionales		1.85		1.85	
		Responsabilidad ambiental	7.41			Instrumentos de Gestión Ambiental	1.85		1.85
						Indicadores	1.85		1.85
		Programas de RSE	1.85			Gestión ambiental	3.70	Política ambiental	1.85
						Comunitarios	1.85	Inversión ambiental (fauna, flora, otros)	1.85
		Responsabilidad con otros grupos de interés	5.56			Relación con los proveedores	5.56		1.85
						Relación con los accionistas			1.85
						Relación con los clientes			1.85
4. Dimensión Social	27.78	Atracción y retención de talento humano	5.56	Gestión de talento humano	5.56		1.85		
				Genero			1.85		
				Tipo de contrato			1.85		
		Gestión de la cultura y el ambiente laboral	1.85			Medición de desempeño de los empleados	1.85		1.85
						Reconocimiento	3.70	Bonos de desempeño	1.85
		Clima Organizacional	3.70			Desarrollo profesional			1.85
							3.70	Plan de Capacitación	1.85
		Proyectos de bienestar para los trabajadores	3.70			Calidad de vida de los trabajadores			1.85
							3.70	Plan de bienestar trabajador	1.85
							3.70	Plan de bienestar para la familia	1.85
Seguridad y Salud ocupacional	9.26			Seguridad Ocupacional			1.85		
					3.70	Plan de acción de seguridad ocupacional	1.85		
				Salud Ocupacional			1.85		
Relaciones Laborales	3.70			Indicadores	1.85	Riesgos salud	1.85		
					3.70	Plan de acción de salud ocupacional	1.85		
					3.70	Indicadores de medición de riesgos	1.85		
						Mesas de trabajo	1.85		
						% colaboradores sindicalizados	1.85		
	100		100		100		100		

Tabla E2

Valoración de las Variables

Dimensión	Factor de Medición	Ponderación	Camposol S.A	Sociedad Agrícola Drokasa S.A	Perales Huancarun SAC	Sociedad Agrícola Virú SA	Danper Trujillo S.A.C	Complejo Agro industrial Beta S.A.	HORTI FRUT TAL S.A.C	Agro industrial AIB S.A.C	Hass Perú S.A	El Pedregal S.A.	Dominus S.A.C	Agrícola Chapi S.A.	Agro Fergi S.A.C	Gandules INC SAC	Blueberries Perú S.A.C.
1. Información Estratégica	Facturación total de la empresa	1.85	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	FOB	1.85	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Número de Empleados	1.85	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Orígenes	1.85	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0
	Evolución	1.85	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0
	Misión	1.85	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0
	Visión	1.85	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0
	Políticas y Valores	1.85	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0
	Resumen Plan Estratégico	1.85	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
	Composición de Accionaria	1.85	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0
	Porcentaje Familiar	1.85	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0
	Porcentaje Externos/ Mixto	1.85	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1
	Nombres de integrantes del directorio	1.85	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
	Perfil profesional	1.85	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
2. Información Financiera	Estados Financieros Auditados	1.85	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
	Notas a los Estados Financieros	1.85	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
	Líquidez	1.85	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
	Rotación de Activos	1.85	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
	Solvencia	1.85	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
	Deuda/Patrimonio	1.85	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
	Rentabilidad sobre ventas netas %	1.85	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
	Rentabilidad de Patrimonio	1.85	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
	Valor en libros %	1.85	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
	Rentabilidad de Actividades Ordinarias %	1.85	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
	Cambio del accionariado	1.85	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
	Cambios de ejecutivos claves	1.85	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
	Proyectos relevantes de inversión	1.85	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
	Fusiones y Adquisiciones	1.85	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0

Tabla E2

Valoración de las Variables (Continuación)

Dimensión	Factor de Medición	Ponderación	Agroindustrias Golden Fresh S.A.C.	Ecosac Agrícola S.A.C.	Agrícola y Ganadera Chavin de Huantar S.A.	Empresa Agrícola San Juan S.A	Green Perú S.A	Agro industrial Paramonga S.A.A	Villa Andina S.A.C	Agrolmos S.A	Cartavio S.A.A	San Jacinto	Empresa Agro industrial Casa grande S.A.A	Agro industrial Laredo S.A.A	Limones Piuranos S.A.C	Cafetalera Amazónica S.A.C.
1. Información Estratégica	Facturación total de la empresa	1.85	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
	FOB	1.85	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Número de Empleados	1.85	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Orígenes	1.85	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Evolución	1.85	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0
	Misión	1.85	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0
	Visión	1.85	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0
	Políticas y Valores	1.85	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0
	Resumen Plan Estratégico	1.85	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Composición de Accionariado	1.85	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0
	Porcentaje Familiar	1.85	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
	Porcentaje Externos / Mixto	1.85	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1
	Nombres de integrantes del directorio	1.85	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0
	Perfil profesional	1.85	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. Información Financiera	Estados Financieros Auditados	1.85	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0
	Notas a los Estados Financieros	1.85	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0
	Líquidez	1.85	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0
	Rotación de Activos	1.85	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0
	Solvencia	1.85	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0
	Deuda/Patrimonio	1.85	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0
	Rentabilidad sobre ventas netas %	1.85	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0
	Rentabilidad de Patrimonio %	1.85	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0
	Valor en libros %	1.85	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0
	Rentabilidad de Actividades Ordinarias %	1.85	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0
	Cambio del accionariado	1.85	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0
	Cambios de ejecutivos claves	1.85	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0
	Proyectos relevantes de inversión	1.85	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0
	Fusiones y Adquisiciones	1.85	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0

Tabla E2

Valoración de las Variables (Continuación)

Dimensión	Factor de Medición	Ponderación	Agroindustrias Golden Fresh S.A.C.	Ecosac Agrícola S.A.C.	Agrícola y Ganadera Chavín de Huantar S.A.	Empresa Agrícola San Juan S.A	Green Perú S.A	Agro industrial Paramonga S.A.A	Villa Andina S.A.C	Agrolmos S. A	Cartavio S.A. A	San Jacinto	Empresa Agroindustrial Casa grande S.A.A	Agro industrial Laredo S.A.A	Limones Piuranos S.A.C	Cafetalera Amazónica S.A.C.
4. Dimensión Social	Plan de acción de salud ocupacional	1.85	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0
	Indicadores de medición de riesgos	1.85	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mesas de trabajo	1.85	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	% colaboradores sindicalizados	1.85	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0

Apéndice F: Presentación de Resultados

Tabla F1

Presentacion de Resultados del ITC

No	Empresas	Composición Junta		Bolsa		N° Empleados declarados	Valor FOB – 2017 (En millones de US \$)	Información Estratégica	Información Financiera	Responsabilidad Social Corporativa	Dimensiones sociales	ITC	Nivel de Transparencia
		Familiar %	Externos %	Cotiza	No cotiza								
1	Camposol S.A.		100		NC	21,424	243.91	24.07	24.07	20.37	27.78	96.296	Alto
2	Sociedad Agrícola Drokasa S.A.		100	C		4,616	107.09	22.22	25.93	16.67	1.85	66.667	Bajo
3	Perales Huancaruna S.A.C.	66	34		NC	130	121.74	18.52	0.00	7.41	0.00	25.926	Muy bajo
4	Sociedad Agrícola Virú S.A. (*)	0	100		NC	N.R.	167.2	20.37	0.00	7.41	7.41	35.185	Muy bajo
5	Danper Trujillo S.A.C.	33	67		NC	13,131	151.62	24.07	5.56	20.37	25.93	75.926	Medio
6	Complejo Agroindustrial Beta S.A.		100		NC	10,906	104.66	16.67	5.56	18.52	16.67	57.407	Bajo
7	HORTIFRUT-TAL S.A.C. (**)	27	73		NC	6,881	47.00	25.93	24.07	20.37	25.93	96.296	Alto
8	Agroindustrial AIB S.A.C		100	C		2,871	49.78	22.22	25.93	16.67	1.85	66.667	Bajo
9	Hass Perú S. A	33	67		NC	2,151	29.44	12.96	0.00	3.70	1.85	18.519	Muy bajo
10	El pedregal S. A	45	55		NC	14,335	51.27	14.81	0.00	3.70	0.00	18.519	Muy bajo
11	Dominus S.A.C		100		NC	163	12.81	9.26	0.00	3.70	0.00	12.963	Muy bajo
12	Agrícola Chapí S.A.	42	58		NC	1,241	26.53	11.11	0.00	7.41	0.00	18.519	Muy bajo
13	Agro Fergi S.A.C.	100			NC	8	11.74	12.96	0.00	1.85	0.00	14.815	Muy bajo
14	Gandules INC SAC		100		NC	6,839	78.35	16.67	0.00	3.70	0.00	20.370	Muy bajo
15	Blueberries Perú S.A.C.		100		NC	1,112	12.68	7.41	0.00	0.00	0.00	7.407	Muy bajo

Tabla F1

Presentacion de Resultados del ITC (Continuación)

No	Empresas	Composición Junta		Bolsa		N° Empleados declarados	Valor FOB – 2017 (En millones de US \$)	Información Estratégica	Información Financiera	Responsabilidad Social Corporativa	Dimensiones sociales	ITC	Nivel de Transparencia
		Familiar %	Externos %	Cotiza	No cotiza								
16	Agroindustrias Golden Fresh S.A.C. (****)		100		NC	4	9.68	11.11	0.00	1.85	0.00	12.963	Muy bajo
17	Ecosac Agrícola S.A.C. (***)	50	50		NC	7,900	62.74	14.81	0.00	12.96	7.41	35.185	Muy bajo
18	Agrícola y Ganadera chavín de Huántar SA	100			C	265	8.94	22.22	25.93	3.70	0.00	51.852	Bajo
19	Empresa Agrícola San Juan S.A(****)		100		C	2,799	16.77	18.52	25.93	3.70	12.96	61.111	Bajo
20	Green Perú S.A (****)		100		NC	3,036	47.49	12.96	0.00	1.85	0.00	14.815	Muy bajo
21	Agroindustrial Paramonga S.A.A (*****)	54	46		C	1,130	10.07	20.37	25.93	16.67	9.26	72.222	Bajo
22	Villa Andina S.A.C	40	60		NC	226	15.13	14.81	0.00	9.26	3.70	27.778	Muy bajo
23	Agrolmos S. A	30	70		NC	612	18.77	7.41	0.00	7.41	5.56	20.370	Muy bajo
24	Cartavio S.A. A	25	75		C	1,489	27.22	18.52	25.93	11.11	11.11	66.667	Bajo
25	Agroindustrias San jacinto S.A. A	23	77		C	1,302	7.52	18.52	25.93	12.96	11.11	68.519	Bajo
26	Casa grande S.A. A	10	90		C	3,673	12.52	18.52	25.93	11.11	12.96	68.519	Bajo
27	Agroindustrial Laredo S.A. A		100		C	1,860	10.69	18.52	25.93	9.26	11.11	64.815	Bajo
28	Limonos Piuranos S.A.C (****)		100		NC	135	14.92	12.96	0.00	3.70	1.85	18.519	Muy bajo
29	Cafetalera Amazónica S.A.C. (****)		100		NC	93	60.90	7.41	0.00	11.11	1.85	20.370	Muy bajo
Promedio empresas analizadas							16.41	10.09	9.26	6.83	42.59	Muy bajo	

