

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**

**ESCUELA DE POSGRADO**



**Índice de Transparencia Corporativa Aplicado al Sector Minero**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER EN**

**ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS**

**OTORGADO POR LA**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**

**PRESENTADA POR**

**Julio César Alarcón Montalvo**

**Karla Paola García Cardich**

**Mario Alfredo Pacheco Lozano**

**Raymundo Arturo Ruales Rodríguez**

**Asesora: Beatrice Elcira Avolio Alecchi**

**Surco, febrero 2019**

## **Agradecimientos**

Nuestro profundo agradecimiento a los catedráticos de CENTRUM católica por brindar sus conocimientos y experiencias que han permitido construir una nueva visión para nuestra formación personal, profesional y empresarial.

El mayor reconocimiento a nuestra asesora Beatrice Avolio, por sus orientaciones y aportes durante todo el proceso de nuestra investigación. Su asesoría y su apoyo ha sido vital para culminar esta tesis.



## **Dedicatorias**

A Dios eterno por darme sabiduría y conocimiento. A mi familia por su amor, comprensión y ejemplo de valores, a la empresa donde laboro por permitirme poner en práctica los conocimientos adquiridos en el MBA, a todos quienes confiaron en mi e impulsaron a crecer como persona y profesional.

Karla Paola García Cardich

A mi esposa Lidia que me brinda el soporte y comprensión en todas las decisiones que tomo, a mi hijo Ítalo Salvador que es mi motor de vida, él que me llena de fortaleza para seguir avanzado y mejorar día a día, a mi madre que me brindo la educación & valores y mis queridos hermanos que siempre me apoyaron en todo.

Julio César Alarcón Montalvo

A Dios que guía mis pasos y a mi familia por su amor y apoyo incondicional.

Mario Alfredo Pacheco Lozano

A Dios por llenar de bendiciones mi vida y mi familia por darme la motivación y apoyo para culminar con éxito esta maestría.

Raymundo Arturo Ruales Rodríguez

## Resumen Ejecutivo

La presente investigación tiene por objetivo la creación de un Índice de Transparencia Corporativa (ITC), que permita medir la Transparencia Corporativa (TC) en cualquier sector empresarial. Es importante que las empresas mejoren el nivel de comunicación de forma precisa y oportuna más allá del cumplimiento regulatorio, y aporten al desarrollo sostenible. A su vez, una sociedad mejor informada exigirá al estado un rol más eficiente en la administración de los recursos proveniente de las empresas.

Se ha tomado como referencia la metodología de la Organización Económica para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE por sus siglas en inglés), para la creación de indicadores compuestos; considerando el uso de ponderaciones equitativas para reducir la subjetividad del modelo. La propuesta del ITC comprende cuatro dimensiones: (a) dimensión Gobierno Corporativo; (b) dimensión económica; (c) dimensión social; y (d) dimensión ambiental; a su vez se subdividen en 23 factores y 86 variables. La premisa para la obtención del ITC es que la información requerida deba ser accesible para todos sus *stakeholders*, es por ello que toda la información necesaria debe estar disponible en la página web oficial de la empresa. Los factores que conforman el ITC se basan en el concepto de la Transparencia Corporativa desde un enfoque integral. La TC se define como la difusión de información relevante, comprensible, accesible y oportuna; adaptando la información y los medios de comunicación según las diferentes expectativas de los *stakeholders*, para generar confianza y puedan valorarlo; alentando decisiones de beneficio mutuo.

El modelo de ITC fue aplicado en el sector minero, utilizando un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, transeccional y alcance descriptivo. La prueba de este instrumento lo realizaremos en la industria Minera en el Perú, donde la población está integrada por todas las empresas de gran y mediana minería, que forman parte de la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía (SNMPE).

## **Abstract**

The objective of this research is the creation of a Corporate Transparency Index (ITC), which allows the measurement of Corporate Transparency (TC) in any business sector. It is important that companies improve the level of communication in a precise manner and beyond regulatory compliance, and sustainable development. In turn, a better-informed society will demand a more efficient state in the administration of the resources coming from the companies.

The methodology of the Economic Organization for Cooperation and Development (OECD), for the creation of composite indicators, has been taken as reference; The use of equitable weights to reduce the subjectivity of the model. The ITC proposal comprises four dimensions: (a) corporate governance dimension; (b) economic dimension; (c) social dimension; and (d) environmental dimension; they are subdivided into 23 factors and 86 variables. The premise for obtaining the ITC is that the information can be accessed to all interested, therefore, the necessary information on the official website of the company. The factors that make up the ITC are based on the concept of Corporate Transparency from a comprehensive approach. The TC is defined as the dissemination of relevant, understandable, accessible and timely information; adapting the information and the media according to the different expectations of the shareholders, to generate trust and be able to value; Encouraging decisions of mutual benefit.

The ITC model was applied in the mining sector, using a quantitative approach, with a non-experimental, transectional design and descriptive scope. The test of this instrument is carried out in the Mining industry in Peru, where the population is composed of all large and medium-sized mining companies, which are part of the National Society of Mining, Petroleum and Energy (SNMPE).

## Tabla de Contenidos

<b>Tabla de Contenidos .....</b>	<b>ii</b>
<b>Lista de Tablas .....</b>	<b>vi</b>
<b>Lista de Figuras.....</b>	<b>vii</b>
<b>Capítulo I: Introducción.....</b>	<b>1</b>
1.1.    Antecedentes.....	2
1.2.    Definición del Problema.....	4
1.3.    Propósito de la Investigación.....	5
1.4.    Importancia de la Investigación.....	6
1.5.    Definiciones Operacionales.....	6
1.6.    Supuestos de la Investigación.....	8
1.7.    Limitaciones de la Investigación.....	8
1.8.    Delimitaciones de la investigación.....	9
1.9.    Resumen .....	9
<b>Capítulo II: Revisión de la Literatura .....</b>	<b>11</b>
2.1.    Mapa de la Literatura del Capítulo .....	11
2.2.    Evolución del concepto Transparencia Corporativa.....	13
2.3.    Concepto de Transparencia Corporativa .....	14
2.4.    Modelos de Medición de la Transparencia Corporativa.....	18
2.4.1.    Modelo Patel, Balic y Bwakira .....	23
2.4.2.    Modelo Inteligencia de Negocios y la Universidad del Desarrollo de Chile.....	27
2.4.3.    Modelo Cheung y Tan.....	28
2.4.4.    Modelo Briano y Lázaro .....	29
2.4.5.    Modelo Testera y Cabeza.....	31
2.4.6.    Modelo Alcaraz, Navarro y Ortiz .....	32

2.5.	Resumen .....	34
2.6.	Conclusiones.....	36
<b>Capítulo III: Metodología .....</b>		<b>38</b>
3.1.	Importancia de un Indicador Compuesto.....	38
3.2.	Metodología de la OCDE para la Creación de Indicadores.....	38
3.2.1.	Desarrollo del Marco Conceptual .....	39
3.2.2.	Elección de los Componentes del Indicador .....	40
3.2.3.	Imputación de Datos Faltantes.....	40
3.2.4.	Análisis Multivariable.....	41
3.2.5.	Normalización de Datos.....	41
3.2.6.	Ponderación y Agregación.....	42
3.2.7.	Análisis de la Incertidumbre y Sensibilidad .....	42
3.2.8.	Revisión de Indicadores Simples .....	42
3.2.9.	Conexión con Otros Indicadores.....	43
3.2.10.	Visualización de Resultados .....	43
3.3.	Resumen .....	43
<b>Capítulo IV: Propuesta de un Índice de Transparencia Corporativa .....</b>		<b>45</b>
4.1.	Definición de Transparencia Corporativa.....	45
4.2.	Dimensiones de Transparencia Corporativa.....	45
4.2.1.	Dimensión Gobierno Corporativo .....	46
4.2.2.	Dimensión Económica .....	47
4.2.3.	Dimensión Social .....	47
4.2.4.	Dimensión Ambiental .....	49
4.3.	Modelo del Índice de Transparencia Corporativa. ....	50
4.4.	Componentes del Índice de Transparencia Corporativa.....	50

4.4.1.	Dimensiones.....	51
4.4.2.	Factores y Variables.....	51
4.5.	Normalización de Indicadores.....	59
4.6.	Método de Ponderación de Índice de Transparencia Corporativa.....	60
4.7.	Escalamiento de Resultados del Índice de Transparencia Corporativa.....	60
4.8.	Validación del Instrumento de Transparencia Corporativa.....	61
4.9.	Resumen.....	62
<b>Capítulo V: Aplicación del Índice de Transparencia Corporativa al Sector Minero.....</b>		<b>63</b>
5.1.	Análisis del Sector Minero Peruano.....	63
5.2.	Población Objetivo.....	65
5.3.	Determinación de la Muestra.....	66
5.4.	Recolección de Datos.....	68
5.5.	Resultados del Índice de Transparencia Corporativa del Sector Minero.....	68
5.6.	Resultado Global del ITC del Sector Minero.....	68
5.7.	Resultados del ITC por Dimensiones del Sector Minero.....	69
5.8.	Resultados del ITC por empresa minera.....	72
<b>Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones.....</b>		<b>87</b>
6.1.	Conclusiones.....	87
6.1.1.	Conclusiones generales.....	87
6.1.2.	Conclusiones Específicas.....	88
6.2.	Recomendaciones.....	89
6.3.	Contribuciones sobre las Variables de Investigación.....	90
6.4.	Propuestas para Futuras Investigaciones.....	91
<b>Referencias.....</b>		<b>92</b>
<b>Apéndices.....</b>		<b>102</b>



<b>Apéndice A: Índice de Abreviaturas y Siglas .....</b>	<b>102</b>
<b>Apéndice B: Consentimiento Informado .....</b>	<b>103</b>
<b>Apéndice C: Guía de la Entrevista .....</b>	<b>105</b>
<b>Apéndice D: Resultados del ITC aplicado al Sector Minero .....</b>	<b>114</b>



## Lista de Tablas

Tabla 1	<i>Definiciones de Transparencia Corporativa</i> .....	16
Tabla 2	<i>Definiciones de Transparencia Corporativa</i> .....	17
Tabla 3	<i>Definiciones de Transparencia Corporativa</i> .....	18
Tabla 4	<i>Definiciones de Transparencia Corporativa</i> .....	19
Tabla 5	<i>Modelos de referencia para la Medición de Transparencia</i> .....	20
Tabla 6	<i>Ventajas de los Modelos de Medición de Transparencia Corporativa</i> .....	22
Tabla 7	<i>Desventajas de los Modelos de Medición de Transparencia Corporativa</i> .....	23
Tabla 8	<i>Dimensiones del Modelo Patel, Balic y Bwakira</i> .....	24
Tabla 9	<i>Modelo de Transparencia de Gobierno Corporativo</i> .....	27
Tabla 10	<i>Dimensiones del Modelo Cheung y Tan</i> .....	28
Tabla 11	<i>Dimensiones del Modelo ITC de las Empresas del IBEX 35</i> .....	30
Tabla 12	<i>Dimensiones del Modelo de ITC Testera y Cabeza</i> .....	31
Tabla 13	<i>Dimensiones del Modelo de ITC de Alcaraz, Navarro y Ortiz</i> .....	32
Tabla 14	<i>Etapas de Construcción de un Indicador Compuesto</i> .....	39
Tabla 15	<i>Propuesta y Comparativo de Dimensiones del ITC</i> .....	46
Tabla 16	<i>Componentes de la Dimensión Gobierno Corporativo</i> .....	55
Tabla 17	<i>Componentes de la Dimensión Económica</i> .....	56
Tabla 18	<i>Componentes de la Dimensión Social</i> .....	57
Tabla 19	<i>Componentes de la Dimensión Ambiental</i> .....	58
Tabla 20	<i>Selección del método de Normalización para el Cálculo del ITC</i> .....	59
Tabla 21	<i>Ponderaciones de Dimensiones y Factores</i> .....	60
Tabla 22	<i>Clasificación de Empresas Mineras</i> .....	65
Tabla 23	<i>Aporte de Producción por Minas y por tipo de Metal</i> .....	66
Tabla 24	<i>Ranking de Aporte de Producción por Minas y por tipo de Metal en el Perú.</i> ....	67

## Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i>	Mapa de la Literatura sobre Transparencia Corporativo .....	12
<i>Figura 2.</i>	Evolución de la conceptualización de la Transparencia Corporativa .....	14
<i>Figura 3.</i>	Enfoques de la Transparencia Corporativa .....	15
<i>Figura 4.</i>	Modelo específico del ITC.....	50
<i>Figura 5.</i>	Dimensiones del Índice de Transparencia Corporativa (ITC). .....	51
<i>Figura 6.</i>	Factores de la dimensión Gobierno Corporativo. ....	52
<i>Figura 7.</i>	Factores de la dimensión económica. ....	52
<i>Figura 8.</i>	Factores de la dimensión social. ....	53
<i>Figura 9.</i>	Factores de la dimensión ambiental.....	53
<i>Figura 10.</i>	Dimensiones y Factores del ITC.....	54
<i>Figura 11.</i>	Escalamiento del ITC.....	61
<i>Figura 12.</i>	Cartera de proyectos mineros (al 2017).....	64
<i>Figura 13.</i>	Evolución de las exportaciones del sector minero.....	65
<i>Figura 14.</i>	Empresas mineras clasificadas según su tamaño de producción diaria. ....	67
<i>Figura 15.</i>	Resultado global del ITC aplicado al sector minería. ....	69
<i>Figura 16.</i>	Resultado de la dimensión Gobierno Corporativo.....	70
<i>Figura 17.</i>	Resultado de la dimensión Económica. ....	70
<i>Figura 18.</i>	Resultado de la dimensión Social. ....	71
<i>Figura 19.</i>	Resultado de la dimensión Ambiental. ....	72
<i>Figura 20.</i>	Resultados comparativos del ITC por empresa del sector minero.....	74
<i>Figura 21.</i>	Resultado del ITC aplicado a Buenaventura.....	75
<i>Figura 22.</i>	Resultado de dimensiones y factores para la empresa Buenaventura.....	76
<i>Figura 23.</i>	Resultado del ITC aplicado a mina Poderosa. ....	77
<i>Figura 24.</i>	Resultado de dimensiones y factores para la empresa minera Poderosa. ....	77

<i>Figura 25.</i>	Resultado del ITC aplicado a empresa minera Volcan.....	78
<i>Figura 26.</i>	Resultado de dimensiones y factores para la empresa minera Volcán .....	79
<i>Figura 27.</i>	Resultado del ITC aplicado a empresa minera Minsur.....	80
<i>Figura 28.</i>	Resultado de dimensiones y factores para la empresa minera Minsur .....	80
<i>Figura 29.</i>	Resultado del ITC aplicado a empresa minera Southern.....	81
<i>Figura 30.</i>	Resultado de dimensiones y factores para la empresa minera Southern .....	82
<i>Figura 31.</i>	Resultado del ITC aplicado a minera Yanacocha.....	83
<i>Figura 32.</i>	Resultado de dimensiones y factores para la empresa minera Yanacocha.....	83
<i>Figura 33.</i>	Resultado del ITC aplicado a empresa minera Las Bambas.....	84
<i>Figura 34.</i>	Resultado de dimensiones y factores para la empresa minera Las Bambas.....	85
<i>Figura 35.</i>	Resultado del ITC aplicado a mina Antamina.....	86
<i>Figura 36.</i>	Resultado de factores y variables por dimensión para mina Antamina.....	86

## Capítulo I: Introducción

A nivel mundial los principales países cuentan con un sistema económico y social que es el Capitalismo y las empresas tienen como prioridad la generación de dinero y poder, siendo así que en muchos casos vulneran los valores que debe cumplir cada organización y sus colaboradores. Los directivos que forman parte del Gobierno Corporativo son los encargados de tomar decisiones y generar confianza a sus agentes económicos (Enrique, 2018). Una de las buenas prácticas del Gobierno Corporativo comprende la divulgación de información relevante para todos los *stakeholders* e implementar controles con el fin de impedir hechos de corrupción y falta de ética dentro de la organización. La corrupción se encuentra en todos los niveles de la sociedad de un país, generando desconfianza de los *stakeholders* frente a las organizaciones. Dentro de las principales características de la corrupción, podemos identificar que se trata de un fenómeno heterogéneo, sistemático y complejo; en donde se vulnera los principios y reglas como son la objetividad, la transparencia y la imparcialidad (Rivero & Berdugo, 2003).

En ese sentido, diversos autores indican que una forma de minimizar el grado de corrupción es mediante la Transparencia Corporativa (TC), a través de la presentación de información relevante sobre las operaciones de las organizaciones (Hernández, 2018). En la actualidad, existen varios modelos de medición de Transparencia Corporativa creados en diferentes contextos; no existiendo un modelo integral. Ante ello, nuestra propuesta es la creación de un nuevo modelo de Índice de Transparencia Corporativa (ITC) que pueda ser aplicado en cualquier industria.

En el desarrollo de la siguiente investigación se detallarán los antecedentes, así como la definición del problema; seguidamente se describe cual es el propósito de la investigación; luego la importancia de la misma; a continuación, se desarrolla las definiciones operacionales aplicadas; junto a ello los supuestos, limitaciones y delimitaciones de la presente

investigación para la creación del ITC. Finalmente, desarrollaremos el resumen del presente capítulo.

### **1.1. Antecedentes**

Para exponer la relevancia de la presente investigación y sus beneficios de contar con un modelo de ITC se debe abordar la conceptualización de la Transparencia Corporativa; y como se relaciona con los cambios en el entorno de la globalización e internacionalización de los mercados. Los diversos hechos de corrupción afectan la salud macroeconómica mundial y las organizaciones hacen intentos de colocar a la Transparencia Corporativa como un principio rector del buen Gobierno Corporativo (OCDE, 2004).

Cuando existen diversas conceptualizaciones de Transparencia Corporativa, surge la dificultad de como valorarla en su aplicación; sin embargo, las existentes concuerdan que la Transparencia Corporativa es entendida como “la rendición de cuentas” y como la capacidad de responder a las solicitudes de información de los grupos de interés (García, 2012). Los *stakeholders* exigen que se cumplan los compromisos y que la información recibida cuente con las siguientes características: (a) ser veraz y completa, (b) comprensible e inteligible, (c) pública y fácilmente accesible (García, 2012). Uno de los casos más resaltantes en el contexto internacional, fue el caso Enron Corporation en Estados Unidos donde los eventos de corrupción en el año 2001 provocaron unas de las mayores bancarrotas de la historia y generaron la pérdida de credibilidad en los mercados, cuestionando el nivel de transparencia de las organizaciones.

Por lo tanto, existe un consenso entre investigadores, instituciones, reguladores y agentes de opinión sobre la importancia que tiene la Transparencia Corporativa para el desarrollo eficiente de la actividad económica de las organizaciones (Baraibar-Diez, Odriozola, & Fernández, 2016). El principio de transparencia ha tomado mayor relevancia y es reconocido por organizaciones internacionales (Briano & Lázaro, 2013). Este principio

influencia en la institucionalidad y nuevas regulaciones que se dan en las relaciones comerciales a nivel internacional (Hernández, 2018). En consecuencia, el Congreso de los Estados Unidos legisló la Ley Sarbanes-Oxley del 2002 en cuya sección 409 establece la obligación que las compañías divulguen oportunamente aquella información que afecte significativamente su posición financiera y económica. Del mismo modo, en España en el año 2003, se legisló la Ley de Transparencia de las Sociedades Anónimas Cotizadas Españolas; asimismo, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2004) estableció principios de buen gobierno con divulgación de información y transparencia; además, el Instituto Americano de Certificación de Contadores Públicos (2004) emitió recomendaciones para mejorar la Transparencia Corporativa en cuatro aspectos: (a) entorno del negocio, (b) estrategia, (c) recursos y procesos, y (d) el desempeño de la firma. Finalmente, la Federación Internacional de Contadores (2010) estableció normas para mejorar la comunicación con los grupos de interés, indicando que la transparencia, la responsabilidad y la cooperación de los directivos agregan valor a la empresa.

En el contexto explicado, el Perú en el año 2013, bajo el liderazgo de la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) y el sector empresarial privado publicaron el “Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas” que resalta como un pilar fundamental la transparencia de la información. El código se divide en cinco pilares: (a) derechos de los accionistas, (b) junta general de accionistas, (c) el directorio y la alta gerencia, (d) riesgos y cumplimiento, y (e) transparencia de la información (SMV, 2013). Estos puntos se basan en la información económica financiera y de buen Gobierno Corporativo, pero no considera información relevante de las dimensiones social y ambiental.

En línea a lo expuesto, queda claro la importancia de poder medir y controlar la Transparencia Corporativa en una organización, ya que ayuda a los inversores a incrementar su entendimiento sobre la empresa, reduce la asimetría de la información, incrementa la

confianza en el mercado y alienta a una mayor inversión (Bushman & Smith, 2004). Existen varios modelos que son aplicados en determinados países, los cuales han sido desarrollados o adaptados a contextos específicos, considerando dimensiones y variables limitadas; los cuales deben evaluarse para formar parte de las variables que midan un modelo de Índice de Transparencia Corporativa integral (Briano & Lázaro, 2013).

## **1.2. Definición del Problema**

La existencia de diversos conceptos de la Transparencia Corporativa, genera una dificultad para efectuar una correcta medición de la misma. En este sentido, es un problema para los *stakeholders* poder valorar a las organizaciones. En consecuencia, a falta de Transparencia Corporativa no existe la difusión de información relevante para poder efectuar una adecuada vigilancia de las operaciones de la organización, no pudiendo detectar posibles casos de corrupción o fraude.

Desde fines de los años 90, muchas entidades internacionales se han preocupado por la prevención de los delitos y fraudes económicos originados por malas prácticas éticas, por tal motivo se realizaron diversos convenios internacionales en contra de la corrupción, dentro de los principales convenios firmados existe Convenio Interamericano de Corrupción (OEA) (1996), Convenio con la OCDE (1997), Convenio del consejo de Europa (1999), Convenio de las Naciones Unidas (2003). Todos estos convenios tienen como finalidad terminar con la corrupción mediante la creación de leyes y normas que permitan tipificar los delitos, en tal sentido, la importancia de la antítesis de la corrupción es la Transparencia Corporativa, la cual permite brindar confianzas y credibilidad a los *stakeholders*.

En Latinoamérica se viene destapando muchos casos de corrupción tanto de los gobiernos como de empresas privadas, el caso de Lava Jato (LJ) en Brasil está causando mucha incertidumbre en la población, principalmente porque se encuentran involucrados partidos políticos brasileiros que representaban al pueblo (partido de los trabajadores).



Muchos de los países de la región Latinoamérica se encuentran involucrados, sus gobernantes aceptaron sobornos a cambio de facilitar obras de infraestructura en sus Estados, existe una vinculación muy estrecha entre las empresas de construcción y el caso Lava Jato. Estas empresas cuentan con un nombre prestigioso y una reputación casi intachable, cotizando en La Bolsa de Valores de sus países cumpliendo con todas las normas exigibles de cada país; se encontraban inmersas en un mundo de corrupción y delitos, operando en contra de los intereses del estado. Es por ello que el indicador de corrupción en Latinoamérica alcanzó un 62% según la encuesta de Transparency International (2017).

En el Perú, en el caso de Lava Jato se encuentran investigadas 17 empresas del sector de construcción, tomando el nombre de “El club de la construcción” (Grupo La República, 2018), de este grupo destaca la empresa Graña y Montero (GM), la misma que cumple con todos los requisitos exigidos por la (SMV), es decir, realizaba una buena gestión de Transparencia Corporativa. Al no existir un modelo de ITC que pueda englobar todas las dimensiones de TC no se pudo detectar la relación que existía entre GM y LJ.

El problema es la falta de un modelo integral para la medición de un Índice de Transparencia Corporativa. La causa del problema se origina por la diversidad de la conceptualización de la Transparencia Corporativa ocasionando la creación de diferentes modelos. En este sentido, el presente estudio propone la creación de un modelo de ITC integral que pueda ser aplicado a diversas industrias. Este ITC puede ser empleado como una herramienta usada por los *stakeholders* para valorar y tomar decisiones en beneficio mutuo. Las organizaciones se verán beneficiadas al ser más transparentes generando confianza y podrán atraer nuevos capitales.

### **1.3. Propósito de la Investigación**

El propósito de la presente investigación es la creación de un Índice de Transparencia Corporativa, validado y aplicado en la industria minera del Perú.

Los objetivos específicos de la investigación son los siguientes: (a) definir el concepto de Transparencia Corporativa. (b) proponer un modelo que mida la Transparencia Corporativa, (c) desarrollar y validar un modelo a través de una metodología que permita cuantificar la Transparencia Corporativa y (d) probar el ITC en la industria minera del Perú.

#### **1.4. Importancia de la Investigación**

El valor de esta investigación es aportar un modelo de ITC, empleándola como herramienta que nos permita clasificar a una organización mediante su nivel de transparencia. Su resultado facilita la comunicación siendo un medio para lograr una relación comprensiva entre la organización y sus *stakeholders*, al mismo tiempo les permite mantener una vigilancia (Naessens, 2010). Asimismo, las organizaciones que logran un mayor nivel de TC, podrían generar mayor grado de confianza de sus clientes, reguladores, accionistas e inversionistas (De León, 2008). Este ITC puede contribuir para que las instituciones fortalezcan la generación de normas y políticas que regulen la cantidad y calidad de la información accesible para los *stakeholders* (Perramon, 2013). Finalmente, bajo la premisa de lo que no se puede medir no se puede mejorar, esta herramienta ayudará a las organizaciones públicas y privadas a mejorar su nivel de transparencia (IdN, 2017).

#### **1.5. Definiciones Operacionales**

Dentro del trabajo de investigación se usarán los conceptos los cuales serán explicados a continuación:

*Stakeholders o grupos de interés.* Es cualquier individuo o grupo que puede afectar o pueda verse afectado por el desarrollo de actividades de la organización (Freeman, 1984). Dependerá de cada organización la manera en la que los identifica, clasifica e integra a los planes de gestión de la organización y al Gobierno Corporativo (Gaete, 2012).

*Dimensiones del Índice de Transparencia Corporativa.* Es la división inicial del ITC a través de aspectos específicos de las organizaciones, esto permite un mayor entendimiento y

facilidad para la evaluación de las empresas; asimismo pueden establecerse subdivisiones lo cual contribuye a lo antes señalado (Abreu, 2012).

*Factores.* Corresponde a la sub división de las dimensiones del ITC, se agrupan de manera específica a aspectos relacionados dentro de cada dimensión.

*Variables.* Corresponde a cada pregunta dentro del ITC, se busca satisfacer un requerimiento específico relacionado a la información accesible dentro de la organización a evaluar, estas variables surgen producto de la evaluación de la revisión de la literatura y modelos de ITC existentes.

*Sostenibilidad.* Desde una perspectiva empresarial, se define como la forma en que las empresas incluyen los aspectos sociales y medioambientales además de la económica; para el desarrollo de sus actividades empresariales, asimismo, como estas actividades repercuten en sus *stakeholders* (Marrewijk, 2010). El desarrollo de actividades de las organizaciones en el presente no debería perjudicar a las generaciones futuras (Kannegiesser & Günther, 2014).

*Dimensión Gobierno Corporativo.* Se refiere a la información sobre su estrategia social y medioambiental, los detalles de su perfil organizacional, participación y los compromisos del Gobierno Corporativo en la organización (Fuertes & García, 2013).

*Dimensión económica.* Se refiere a la información del desempeño económico, su presencia en el mercado y los impactos de la organización sobre las condiciones económicas de sus *stakeholders*, así como en los sistemas económicos en que se desenvuelve pudiendo ser locales, nacionales y/o internacionales (Fuertes & García, 2013).

*Dimensión ambiental.* Se ocupa de los impactos que la empresa puede ocasionar sobre la vida de los sistemas naturales, incluidos los ecosistemas, la tierra, el aire y el agua. Considera las variables ambientales que están relacionadas con las materias primas procedentes de la naturaleza, los residuos enviados al medioambiente, el compromiso de la

organización con la biodiversidad, el cumplimiento de las normas ambientales, entre otras (Fuertes & García, 2013).

*Dimensión social.* Se refiere a la preocupación de la empresa por satisfacer las necesidades esenciales de las personas, asimismo, en esta dimensión está implícito el concepto de *equidad* (Artaraz, 2002).

### **1.6. Supuestos de la Investigación**

La presente investigación parte de los siguientes supuestos: (a) para que una organización sea transparente la información que emiten las organizaciones es veraz y completa; comprensible e inteligible; y por último, publica y fácilmente accesible (García, 2012), (b) la imagen o reputación de las organizaciones está relacionada directamente con el nivel de divulgación de la información que tenga hacia sus *stakeholders* (Echeverría, Abrego, & Medina, 2018), (c) la información recabada para la evaluación de cada empresa corresponde a fuentes secundarias, específicamente a la información que se encuentra contenida dentro de la página web de las empresas, esta información es considerada como fidedigna por lo que la presente investigación no pretende cuestionar o auditar la información recogida.

### **1.7. Limitaciones de la Investigación**

La información recolectada de la página web oficial de la empresa no cuenta con toda la información relevante que requiere el modelo para la evaluación de cada dimensión. Por otro lado, no es posible corroborar que la información publicada sea fidedigna, ya que no se pretende cuestionar la veracidad de la información. Asimismo, es posible que se genere sesgos al momento de pedir la opinión de expertos sobre el modelo de ITC, ya que cada especialista puede considerar algunos aspectos más relevantes por su propia trayectoria sin llegar a un consenso de opiniones. Por último, el tamaño de la muestra usada no garantiza la generalización de resultados de la industria.

## 1.8. Delimitaciones de la investigación

Las delimitaciones de la presente investigación son las siguientes: (a) la construcción del ITC tiene como base la metodología de OCDE (2008), (b) no hay un consenso en la conceptualización de la Transparencia Corporativa, no obstante, para el presente estudio se define como la difusión de información relevante, comprensible, accesible y oportuna; adaptando la información y los medios de comunicación según las diferentes expectativas de los *stakeholders*; para generar confianza, puedan valóralo y tomar de decisiones de beneficio mutuo, (c) las empresas evaluadas deben ser parte de la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía (SNMPE), (d) la información obtenida será a través de información secundaria publicada en la página web de cada empresa, (e) se consideró la opinión de tres expertos con experiencia en el sector minero.

## 1.9. Resumen

Los diversos hechos de corrupción han afectado la credibilidad de las organizaciones y el desarrollo económico de muchos países en donde se incluye el Perú. Considerando que la corrupción es la antítesis de la Transparencia Corporativa; impulsa la necesidad de investigar sobre la TC. En la actualidad no existe un modelo integral de medición de la Transparencia Corporativa universal. Sin embargo, se cuenta con modelos de medición de TC que han sido creados en diversos contextos mundiales.

El propósito de la investigación es la creación de un modelo que permita medir la Transparencia Corporativa en las empresas, proponiendo un instrumento de medición que resulte de la evaluación de los modelos existentes a nivel mundial. Dentro de los objetivos de investigación se tienen: (a) definir el concepto de Transparencia Corporativa, (b) proponer un modelo que mida la Transparencia Corporativa, (c) desarrollar y validar un modelo a través de una metodología que permita cuantificar la Transparencia Corporativa y (d) probar el ITC en la industria minera del Perú.

Los supuestos que se tienen son: (a) para que una organización sea transparente la información que emiten las organizaciones debe ser veraz y completa; comprensible e inteligible; y por último, pública y fácilmente accesible, (b) la imagen o reputación de las organizaciones está relacionada directamente con el nivel de divulgación de la información que tenga hacia sus *stakeholders*, (c) la información recabada para la evaluación de cada empresa corresponde a fuentes secundarias, específicamente a la información que se encuentra contenida dentro de la página web de las empresas, esta información es considerada como fidedigna por lo que la presente investigación no pretende cuestionar o auditar la información recogida.

Dentro de las limitaciones de la investigación se tiene: (a) la información tomada de las páginas web puede que no esté disponible (b) que la información recolectada no sea veraz y c) que se tengan sesgos en el momento de la consulta a expertos. Por otro lado, las delimitaciones existentes son: (a) uso de la metodología de OCDE para la construcción del ITC, (b) se tiene definido un concepto propuesto de Transparencia Corporativa, (c) las empresas deben ser parte de SNMPE, (d) la información será recolectada a través de las páginas web de las empresas evaluadas y (e) se tiene la opinión de tres expertos sobre ITC.

## Capítulo II: Revisión de la Literatura

En el presente capítulo se expone la revisión de la literatura concerniente a los distintos modelos de Transparencia Corporativa revisados. En el mapa de la literatura se muestran las diferentes definiciones revisadas para establecer el concepto de Transparencia Corporativa. Adicionalmente, se analizan los diversos estudios previos que sirven de mayor alcance a los modelos existentes.

### 2.1. Mapa de la Literatura del Capítulo

En la figura 1, se expone el Mapa de la Literatura, el cual detalla cómo se ha compuesto la literatura examinada referente a: (a) el concepto de Transparencia Corporativa, y (b) los modelos de Transparencia Corporativa. Cada categoría describe a detalle las referencias de los estudios examinados.

El mapa se constituye de la siguiente forma: en primer lugar, se analiza la evolución del concepto de Transparencia Corporativa. En segundo lugar, se explican los diversos conceptos de Transparencia Corporativa apoyados en sus distintas orientaciones. En tercer lugar, se describen los modelos de Transparencia Corporativa valorizando las ventajas y desventajas de cada uno. Finalmente, se presenta un resumen con las contribuciones y conclusiones como aporte y objetivo claro del capítulo.

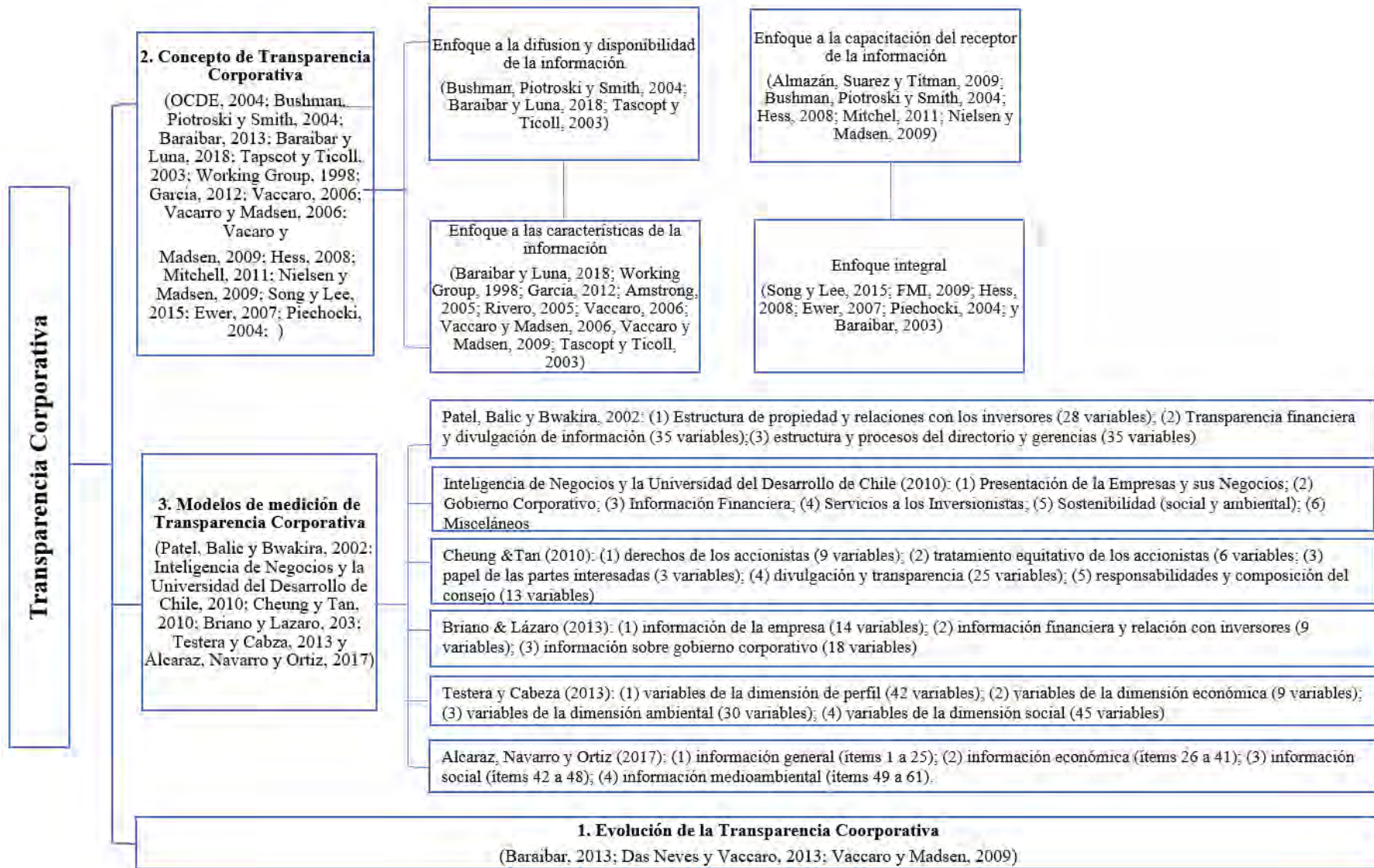


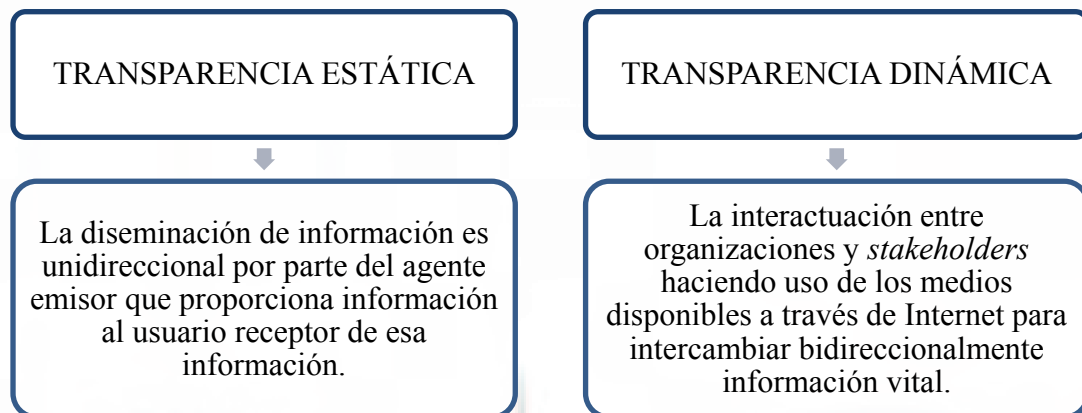
Figura 1. Mapa de la Literatura sobre Transparencia Corporativo



## 2.2. Evolución del concepto Transparencia Corporativa

El concepto de la transparencia fue abordado desde el siglo XVII, donde Adam Smith y Emanuel Kant exhortaban la necesidad de tener gobiernos transparentes, operando con reglas y leyes claras, predecibles. En línea a ello; Jean-Jacques Rousseau indicó que el secretismo de los gobernantes son enemigos de la sociedad democrática. Las comunidades de la Nueva Inglaterra en Estados Unidos exigieron la rendición de cuentas en cabildos abiertos entre ciudadanos y servidores públicos. Desde esa corriente se genera la primera Ley de Acceso a Información en Suecia (1766); que da lugar al derecho de solicitar información al gobierno y a recibirla gratis o a un coste mínimo. En el siglo XX de acuerdo a De León (2008), explico que son en tres áreas en las que se conceptualizó la transparencia de las organizaciones: (a) Transparencia en la relaciones entre países, donde en circunstancias de guerra mundial, la comunidad exige tener acceso a la información relacionada con el armamento y las armas nucleares de cada país, con la intención de favorecer la estabilidad y la paz; (b) Transparencia a nivel de gobierno nacional, donde la sociedad exige tener acceso a la información gestionada por el gobierno, para influir en el proceso de creación de leyes y gastos o la inversión desde el sector público y (c) Transparencia y Gobierno Corporativo, donde se busca disminuir la asimetría de información entre los ejecutivos de dichas empresas y sus *stakeholders* (partes interesadas). En ese contexto evolutivo William Mock, en el año 2000 introdujo el término de la Transparencia Corporativa y su relevancia con la responsabilidad social, luego en el 2004 Bushman, Piotroski y Smith conceptualizaron de forma más específica la Transparencia Corporativa y plantearon su operatividad. Finalmente, se refuerza el planteamiento que el concepto de Transparencia Corporativa es evolutivo debido a las características que debe cumplir en función a los cambios en el entorno social, la forma de relacionamiento con los *stakeholders* según avances de la tecnología (Baraibar,

2013). Por ello se puede dividir la Transparencia Corporativa en dos perspectivas: la estática y la dinámica (ver Figura 2).



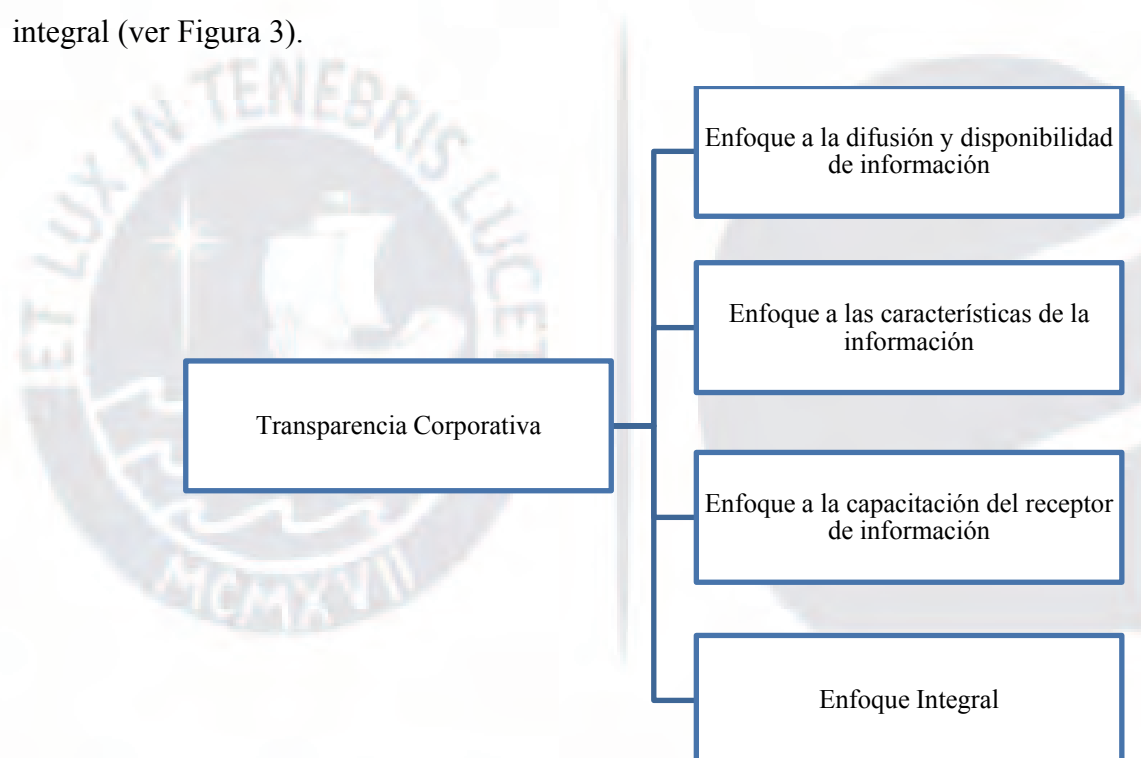
*Figura 2.* Evolución de la conceptualización de la Transparencia Corporativa Adaptado de “Contextualización de la Transparencia en la Integración de los Elementos de la Comunicación Empresarial y Aplicaciones Empíricas de la Transparencia Social”, por E. Baraibar, 2013, Universidad de Cantabria.

Das Neves y Vaccaro (2013) explicaron que la Transparencia Corporativa en la perspectiva estática asocia la transparencia con la divulgación de información relacionada con las actividades comerciales de una empresa, mediante documentos estandarizados, en forma de informes sociales, de sostenibilidad y financieros. En tanto, la perspectiva dinámica se refiere a la transparencia como un diálogo impulsado por la tecnología de la información (TI), en el que las empresas y las partes interesadas interactúan para compartir información y cooperar. Por lo tanto, la Transparencia Corporativa dinámica debe ser la apropiada por su efectividad, aprovechando las tecnologías basadas en internet, considerando los intereses del receptor y el canal de comunicación (Baraibar, 2013; Vaccaro & Madsen, 2009)

### **2.3. Concepto de Transparencia Corporativa**

El concepto de Transparencia Corporativa según la OCDE (2004), lo relaciona con la divulgación de información exacta y oportuna entre la empresa y los *stakeholders*, tales como son su situación financiera, desempeño, estructura de la propiedad y gobierno de la empresa; el cual toma en cuenta el concepto dado por Bushman, Piotroski y Smith (2004) que lo

definieron como la divulgación de información específica de la empresa hacia su entorno. Existen diversos conceptos, pero coincidentes o complementarios en el objetivo que se busca, el cual se puede resumir en la divulgación de información relevante de forma veraz, completa, comprensible, oportuna y de fácil acceso para los grupos de interés y que puedan valorarlo para tomar decisiones. En ese matiz de conceptos, se pueden distinguir cuatro enfoques: (a) enfoque a la difusión y disponibilidad de la información, (b) enfoque a las características de la información, (c) enfoque a la capacidad del receptor y (d) enfoque integral (ver Figura 3).



*Figura 3.* Enfoques de la Transparencia Corporativa

Adaptado de “Contextualización de la Transparencia en la Integración de los Elementos de la Comunicación Empresarial y Aplicaciones Empíricas de la Transparencia Social”, por E. Baraibar, 2013, Universidad de Cantabria, p.20

***Enfoque a la difusión y disponibilidad de información.*** Este enfoque se posiciona al lado de la organización que en su rol de emisor de la información es el que decide informar sobre su desempeño (Bushman et al., 2004; Baraibar & Luna, 2018). Se considera el grado de información disponible, tales como el desempeño financiero, ambiental, social y de Gobierno

Corporativo entre otros temas que afectan los intereses de las partes interesadas (Bushman et al., 2004; Baraibar & Luna, 2018; Tapscot & Ticoll, 2003).

En la Tabla 1 se detalla las distintas definiciones de Transparencia Corporativa de acuerdo con el enfoque a la difusión y disponibilidad de la información.

Tabla 1

*Definiciones de Transparencia Corporativa*

Enfoque	Definición	Autores
Enfoque a la difusión y disponibilidad de información	Información relevante sobre desempeño ambiental, social y de Gobierno Corporativo para un grupo heterogéneo de partes interesadas, que toma en cuenta la forma, el canal y el momento de la divulgación.	Baraibar y Luna (2018)
	Generar información sobre la calidad de una empresa	Almazán et al. (2009)
	Grado en que la información está disponible a los outsiders que les permite tener voz en las decisiones y/o evaluar las decisiones de los <i>insiders</i> .	Florini (2007)
	Disponibilidad generalizada de información específica de la compañía por parte de los inversores y otros agentes interesados, más allá de lo obligatorio.	Crespí (2007)
	Información específica y confiable sobre el desempeño financiero, inversión, gobernanza corporativa, valor económico y riesgo de las compañías que cotizan en los mercados bursátiles.	Bushman, Piotroski y Smith (2004)
	Accesibilidad de la información por parte de los <i>stakeholders</i> hacia las instituciones, en relación a temas que afectan a sus intereses	Tapscot y Ticoll (2003)
	Obligación de proporcionar a los accionistas información necesaria para la toma de decisiones.	DiPiazza y Eccles (2002)
	Apertura, hacer pública la información (en temas militares)	Naciones Unidas (1992)

*Nota.* Adaptado de “Contextualización de la Transparencia en la Integración de los Elementos de la Comunicación Empresarial y Aplicaciones Empíricas de la Transparencia Social (Tesis doctoral)”, por E. Baraibar, 2013, Universidad de Cantabria, p.20

**Enfoque a las características de la información.** Este enfoque toma en cuenta las características principales que debe tener la información para ser calificada como transparente por el receptor. De los diversos conceptos, las principales características que se repiten son: relevancia (Baraibar & Luna, 2018); comprensible (Working Group, 1998; Baraibar & Luna, 2018; García, 2012), oportuna (Armstrong, 2005; Rivero, 2005; Hassan et al., 2008), la confiabilidad (Armstrong, 2005), fácil acceso (García, 2012), veraz y completa (García, 2012; Vaccaro, 2006; Vaccaro & Madsen, 2006; Vaccaro & Madsen, 2000).

En la Tabla 2 se detalla las distintas definiciones de Transparencia Corporativa de acuerdo con el enfoque descrito anteriormente.

Tabla 2

*Definiciones de Transparencia Corporativa*

Enfoque	Definición	Autores
Enfoque a las características de la información	Información relevante, comprensible y puntual que explique el compromiso con sus partes interesadas, con información ambiental, social y de Gobierno Corporativo.	Baraibar y Luna (2018)
	Información que contempla las dimensiones políticas, sociales y económicas.	Briano (2017)
	Información con las siguientes características: ser veraz y completa; comprensible e inteligible; pública y fácilmente accesible.	García (2012)
	Información clara y precisa que aumente las capacidades de comprensión, vigilancia y comunicación.	Naessens (2010)
	Grado de exhaustividad de la información proporcionada por cada empresa en el mercado respecto a sus actividades empresariales.	Vaccaro (2006); Vaccaro y Madsen (2006, 2009)
	Divulgación y puntualidad de los informes.	Hassan et al. (2008)
	Asegurar que se transmita al mercado toda la información relevante para los inversores y que ésta sea completa, veraz, simétrica, equitativa y en tiempo útil.	Informe de la Comisión Aldama (2006); Rivero (2005)
	Información accesible, oportuna y confiable sobre las decisiones y desempeño en el sector público	Armstrong (2005)
	Proceso por el cual la información sobre las condiciones, decisiones y acciones existentes se hace accesible, visible y comprensible.	Working Group (1998)

*Nota.* Adaptado de “Contextualización de la Transparencia en la Integración de los Elementos de la Comunicación Empresarial y Aplicaciones Empíricas de la Transparencia Social (Tesis doctoral)”, por E. Baraibar, 2013, Universidad de Cantabria, p.20

**Enfoque a la capacitación del receptor de la información.** Este enfoque tiene como la referencia la capacitación que logra el *stakeholders* a quien se le proporciona la información. La capacitación se da al proporcionar información suficiente para que la sociedad sea capaz de valorarla y evaluar las operaciones de la organización (Almazán et al., 2004; Nielsen & Madsen, 2009). Por otro lado, las distintas definiciones de la Transparencia Corporativa lo indican como la divulgación de información específica de las empresas para aquellos que están fuera de la empresa y obtener distintos beneficios en lo económico, generación confianza e influencia en su comportamiento (Bushman et al., 2004; Hess, 2008; Mitchel, 2011).

En la Tabla 3 se detalla las distintas definiciones de Transparencia Corporativa de acuerdo con el enfoque descrito anteriormente.

Tabla 3

*Definiciones de Transparencia Corporativa*

Enfoque	Definición	Autores
Enfoque a la capacitación del receptor de información	Adquisición y diseminación de información para influir en el comportamiento.	Mitchel (2011)
	Proporcionar información suficiente para que la sociedad sea capaz de evaluar las actividades de las empresas.	Nielsen y Madsen (2009)
	Información hacia los <i>stakeholders</i> para generar confianza y compromisos a largo plazo.	Hess (2008)
	Capacidad de observar desde el exterior	Levy (2007)
	Grado en que los outsiders pueden valorar las operaciones de la empresa	Almazán et al. (2004)
	Divulgación de información específica de las empresas para aquellos que están fuera de la empresa y obtener inversiones.	Bushman, Piotroski y Smith (2004)
	Proporción de información de tal manera que los <i>stakeholders</i> involucrados puedan obtener una visión adecuada de los temas que les son importantes	Kaptein y Van Tulder (2003); Dubbink et al. (2008)

*Nota.* Adaptado de “Contextualización de la Transparencia en la Integración de los Elementos de la Comunicación Empresarial y Aplicaciones Empíricas de la Transparencia Social (Tesis doctoral)”, por E. Baraibar, 2013, Universidad de Cantabria, p.20

**Enfoque integral.** Este enfoque integra los anteriores, logrando una definición completa de la Transparencia Corporativa. Esta definición integral indica que la Transparencia Corporativa es la difusión de información relevante (Song & Lee, 2015), comprensible, accesible y oportuna (FMI, 2009), adaptando la información y los medios de comunicación según las diferentes expectativas de los *stakeholders* (Hess, 2008; Ewer, 2007); con el objetivo de generar confianza y sean valorados para la toma de decisiones de beneficio mutuo (Piechocki, 2004).

En la Tabla 4 se detalla las distintas definiciones de Transparencia Corporativa de acuerdo con el enfoque descrito anteriormente.

#### **2.4. Modelos de Medición de la Transparencia Corporativa**

Diversas variables corporativas afectan el nivel de Transparencia Corporativa en las empresas, el cual debe evaluarse y forme parte de las variables que mida un modelo de índice de Transparencia Corporativa (Briano & Lázaro, 2013). De la revisión de literatura se ha podido identificar y comparar seis modelos de medición de la Transparencia Corporativa que formaran parte de la presente investigación. En la tabla 5, se muestran las dimensiones que considera cada modelo de los seis considerados: (a) el modelo de Patel, Balic y Bwakira

(2002); (b) el modelo de Inteligencia de Negocios y la Universidad del Desarrollo de Chile (2010); (c) el modelo de Cheung y Tan (2010); (d) el modelo de Briano y Lazaro (2013); (e) el modelo de Testera y Cabeza (2013), (f) el modelo de Alcaraz, Navarro y Ortiz (2017).

Tabla 4

*Definiciones de Transparencia Corporativa*

Enfoque	Definición	Autores
	Información relevante por medio de redes sociales, canales complementarios de difusión, comunicación y participación de información, a través de los cuales los ciudadanos pueden tomar decisiones informadas.	Song y Lee (2015)
	Libre acceso a la información, comunicando de forma abierta y que las partes interesadas puedan tomar decisiones basados en la información, logrando un clima de confianza.	Cabrera (2008)
	Información mejorada que se da a los grupos de interés quien recibe y lo valora, contribuyendo a cumplir sus expectativas; generando un entorno de confianza y compromisos que cumplir.	Hess (2008)
Enfoque integral	Información financiera comprensible para personas con un conocimiento razonable de las actividades comerciales y económicas e información medio ambiental, social y de gobernanza corporativa para grupos con diferente entrenamiento, diferentes reclamos y utilizando diferentes medios, obligando a las organizaciones a tratar de adaptar la información	Ewer (2007)
	Interacción de una empresa con sus <i>stakeholders</i> internos y externos con relación a hechos verificables, problemas y expectativas acerca de sus servicios y operaciones con el fin de crear una confianza mutua suficiente de manera que los <i>stakeholders</i> sean capaces de juzgar las acciones de la empresa.	Piechocki (2004)
	Más allá de la información divulgada, incluye todas las estructuras legales, políticas e institucionales que generan información y jugando un papel importante el canal por el que se distribuye.	Finel y Lord (1999)
	Dar a conocer al público de forma comprensible, accesible y oportuna los objetivos de la política, el marco jurídico, institucional y económico de la misma, las decisiones de política y sus fundamentos, los datos y la información relacionada con las políticas monetarias y financieras y los términos en que los organismos deben rendir cuentas.	FMI (1999)

*Nota.* Adaptado de “Contextualización de la Transparencia en la Integración de los Elementos de la Comunicación Empresarial y Aplicaciones Empíricas de la Transparencia Social (Tesis doctoral)”, por E. Baraibar, 2013, Universidad de Cantabria, p.20

Tabla 5

*Modelos de referencia para la Medición de Transparencia*

	Patel, Balic y Bwakira (2002)	(Inteligencia de Negocios y la Universidad del Desarrollo de Chile (2010)	(Cheung & Tan, 2010)	(Briano & Lázaro ,2013)	Testera y Cabeza (2013)	Alcaraz, Navarro y Ortiz (2017
Dimensiones	Estructura de propiedad y relaciones con los inversores	Presentación de la Empresas y sus Negocios	-	Información de Empresa	-	-
	Estructura y procesos del directorio	Gobierno Corporativo	Responsabilidades y composición del consejo	Gobierno Corporativo	Perfil de la empresa	Perfil de la organización
	-	-	Derecho de los Accionistas	-	-	-
	Transparencia financiera y divulgación de información	Información Financiera	Divulgación y transparencia.	Información financiera y relación con inversores	Información económica	Información económica
	-	Información a los Inversionistas	-	-	-	-
	-	RSE/RSA (Sostenibilidad, social y ambiental)	-	-	Información Ambiental	Información Ambiental
	-	-	-	-	Información Social	Información Social
	-	-	Papel de los grupos de interés en el Gobierno Corporativo	-	-	-
	-	-	Tratamiento equitativo de los accionistas	-	-	-



***Ventajas de los modelos.*** Dentro de las ventajas principales tenemos que los modelos de Patel, Balic y Bwakira (2002), Inteligencia de Negocios y la Universidad del Desarrollo de Chile (2010), Cheung y Tan (2010), Briano y Lázaro (2013) y Testera y Cabeza (2013) tienen como ventaja que los resultados de la información financiera revelada, concederán efectividad a las organizaciones en los mercados de capitales, al mismo tiempo, los seis modelos tienen la ventaja en común que su objetivo principal es medir que la información es de libre acceso y comunicado de forma abierta. Los modelos de Patel, Balic y Bwakira (2002), Cheung y Tan (2010), Briano y Lázaro (2013) y Testera y Cabeza (2013) tienen como ventaja la medición del contenido de principios de ética y buenas prácticas laborales que aseguran el cumplimiento de los derechos de los colaboradores en la organización. Además, los modelos Inteligencia de Negocios y la Universidad del Desarrollo de Chile (2010), Cheung y Tan (2010), Briano y Lázaro (2013) y Alcaraz, Navarro y Ortiz (2017) cuentan con la ventaja de conocer si la divulgación de su información se realiza mediante medios electrónicos o sitio web. En la Tabla 6 se brinda más detalle respecto a las ventajas de cada modelo.

***Desventajas de los modelos.*** Los modelos Inteligencia de Negocios y la Universidad del Desarrollo de Chile (2010), Cheung & Tan (2010) y Testera y Cabeza (2013) tienen la desventaja que el diseño del instrumento solo puede aplicarse en el país de su creación. Los modelos Patel, Balic y Bwakira (2002) y Cheung & Tan (2010) no consideran dimensiones social y medioambiental. El modelo Testera y Cabeza (2013) solo toma referencia un país como muestra. Los modelos Patel, Balic y Bwakira (2002) y Alcaraz, Navarro y Ortiz (2017) tienen la desventaja que el análisis de variables contextuales pudiera afectar a los resultados obtenidos. Los modelos Patel, Balic y Bwakira (2002), Cheung & Tan (2010), Testera y Cabeza (2013) y Alcaraz, Navarro y Ortiz (2017) no evalúan variables de Gobierno Corporativo. En la Tabla 7 se detallan las desventajas de los modelos referidos.

Tabla 6

*Ventajas de los Modelos de Medición de Transparencia Corporativa*

Ventaja	Patel, Balic y Bwakira (2002)	Inteligencia de Negocios y la Universidad del Desarrollo de Chile (2010)	Cheung & Tan (2010)	Briano & Lázaro (2013)	Testera y Cabeza (2013)	Alcaraz, Navarro y Ortiz (2017)
Los resultados de la información financiera revelada concederán efectividad a las organizaciones en los mercados de capitales.	X	X	X	X	X	
Modelo considera también información No financiera.		X	X	X	X	X
Evalúa información de carácter financiero y no financiero, incluyendo información de carácter social como RSE.		X	X	X	X	X
Exige revelación y divulgación de información económica de sus accionistas, directores y gerentes.	X	X	X			
Toma en cuenta variables para medir el cumplimiento de sus compromisos frente a la sociedad colaborando con el avance de los países en vías de desarrollo.		X	X			X
Su objetivo principal es medir que la información es de libre acceso y comunicado de forma abierta	X	X	X	X	X	X
Garantiza que se transmita al mercado toda la información relevante para los inversores y que ésta sea completa, verás, simétrica, equitativa y en tiempo útil.		X	X			X
Posibilita conocer si la divulgación de información de carácter financiero, están basados en métodos reconocidos internacionalmente.	X		X	X		
Considera la medición del contenido de principios de ética, buenas prácticas laborales que aseguren el cumplimiento de los derechos de los colaboradores de la organización.	X		X	X	X	
Da a conocer los objetivos estratégicos, planes futuros, proyecciones de inversión y crecimiento de la organización con la finalidad de atraer capital.	X	X				X
Permite conocer si la divulgación de su información se realiza mediante medios electrónicos o sitio web.		X	X	X		X
Revela información de impacto ambiental con indicadores de eficacia y eficiencia para concientización de las empresas.		X	X		X	X

Tabla 7

*Desventajas de los Modelos de Medición de Transparencia Corporativa*

Desventajas	Patel, Balic y Bwakira (2002)	Inteligencia de Negocios y la Universidad del Desarrollo de Chile (2010)	Cheung y Tan (2010)	IBEX35 Briano y Lázaro (2013)	Testera y Cabeza (2013)	Alcaraz, Navarro y Ortiz (2017)
Se centra en dimensiones muy básicas dejando de lado muchos aspectos sin evaluar como sociales y medio ambientales.	X					
El diseño del instrumento ha sido creado solo para su aplicación en el país de creación		X	X		X	
Solo consideró muestra de un único país.					X	X
La ausencia de variables contextuales (social y ambiental) pudiera afectar a los resultados obtenidos	X		X			
No evalúa variables de Gobierno Corporativo	X		X		X	X
La información revelada podría afectar en los resultados de competitividad por divulgar información estratégica y clave de la empresa.	X		X			X

**2.4.1. Modelo Patel, Balic y Bwakira**

Patel, Balic y Bwakira (2002) plantearon una metodología de cuantificar el nivel de transparencia y divulgación (T&D), empleando información del Standard & Poor's global. Comprende el empleo de tres dimensiones (ver Tabla 8) que agrupan un total de 98 variables. La metodología consiste en evaluar mediante la búsqueda de los informes anuales de la empresa la información de la empresa. Cada pregunta se puntúa de forma binaria para garantizar la objetividad, y los puntajes de las tres amplias subcategorías y un puntaje general se desarrollan a partir de puntajes en preguntas individuales.

Tabla 8

*Dimensiones del Modelo Patel, Balic y Bwakira*

Dimensiones	Factores	Nº	Variables	
Estructura de propiedad y relaciones con los inversores	1. Transparencia de la propiedad	1	¿Proporcionar una descripción de clases de acciones?	
		2	¿Proporcionar una revisión de los accionistas por tipo?	
		3	¿Proporcionar el número de acciones ordinarias emitidas y autorizadas, pero no emitidas?	
		4	¿Proporcionar el valor nominal de las acciones ordinarias emitidas y autorizadas, pero no emitidas?	
		5	¿Proporcionar el número de acciones emitidas y autorizadas, pero no emitidas de preferentes, sin derecho a voto, y otras clases?	
		6	¿Proporcionar el valor nominal de las acciones emitidas y autorizadas, pero no emitidas de preferentes, sin derecho a voto, y otras clases?	
	2. Concentración de la propiedad	7	¿La empresa divulga los derechos de voto para cada clase de acciones?	
		8	¿Top 1, 3, 5, o 10 accionistas describen?	
		9	¿Revelan accionistas que poseen más de 10, se describe 5, o 3 por ciento?	
		10	¿La empresa divulga porcentaje de la propiedad cruzada?	
		3. Procedimientos de las reuniones y de los accionistas con derecho a voto	11	¿Hay un calendario de fechas importantes de los accionistas?
			12	Revisión de las juntas de accionistas (¿podría ser minutos?)
			13	¿Describen las modalidades de propuestas en las juntas de accionistas?
			14	Como accionistas, ¿convocan a una reunión general extraordinaria?
			15	Como accionistas, ¿designan a los directores a bordo?
			16	¿Describen el proceso de poner consulta a bordo?
			17	¿En el informe anual se refiere a publicar o Carta de Gobierno Corporativo o código de buenas prácticas?
			18	¿Son los estatutos o los artículos publicados carta de incorporación?

Tabla 8

*Dimensiones del Modelo Patel, Balic y Bwakira (continuación)*

Dimensiones	Factores	Nº	Variables		
La transparencia y la divulgación de información financiera	1. Enfoque de negocios	19	¿Hay una discusión de la estrategia corporativa?		
		20	¿Informan detalles del tipo de negocio que están?		
		21	¿La empresa da una visión general de las tendencias en su industria?		
		22	¿Detalles del informe de los productos o servicios producidos siempre?		
		23	¿Proporcionan un análisis del segmento desglosado por líneas de negocio?		
		24	¿La empresa divulga su cuota de mercado para todos o alguno de sus negocios?		
		25	¿Hacen pronósticos de las ganancias básicas informe de empresa de cualquier tipo? ¿En detalle?		
		26	¿Divulgan la producción en términos físicos?		
		27	¿La empresa da una salida de previsión de cualquier tipo?		
		28	¿La empresa da características de los activos empleados?		
		29	¿La empresa proporciona indicadores de eficiencia (ROA, ROE, etc.)?		
		30	¿La empresa proporciona información específica de la industria?		
		31	¿La empresa divulga sus planes de inversión en los próximos años?		
		32	¿La empresa reveló los detalles de sus planes de inversión en los próximos años?		
		2. Revisión de la política de contabilidad	2. Revisión de la política de contabilidad	33	¿Proporcionan información financiera sobre una base trimestral?
				34	¿Discute su política contable?
				35	¿La empresa divulga normas contables que utiliza para sus cuentas?
				36	¿La empresa proporciona cuentas de acuerdo con las normas contables locales?
				37	¿La empresa proporciona cuentas en el método de contabilidad internacionalmente reconocido alternativo?
				38	¿La empresa proporciona cada uno del balance general, estados de resultados y estado de flujo de efectivo por métodos reconocidos internacionalmente?
				39	¿La empresa proporciona una conciliación de las cuentas nacionales a métodos reconocidos internacionalmente?
		3. Detalles de la política de contabilidad	3. Detalles de la política de contabilidad	40	¿La empresa divulga métodos de valoración de activos?
				41	¿La empresa divulga información sobre el método de depreciación de los activos fijos?
				42	¿La empresa produce estados financieros consolidados?
		4. Estructura y operaciones con partes relacionadas	4. Estructura y operaciones con partes relacionadas	43	¿Proporcionan una lista de afiliados en la que posee una participación minoritaria?
				44	¿La empresa reveló la estructura de propiedad de los afiliados?
				45	¿Hay una lista o registro de transacciones del grupo?
		5. Información sobre los auditores	5. Información sobre los auditores	46	¿La empresa reveló el nombre de su empresa de auditoría?
				47	¿La empresa reproduce el informe de auditoría?
				48	¿Reveló cuánto paga en honorarios de auditoría al auditor?
				49	¿Divulga las tasas que no son de auditoría pagadas al auditor?

Tabla 8

*Dimensiones del Modelo Patel, Balic y Bwakira (continuación)*

Dimensiones	Factores	Nº	Variables	
Estructura Junta y Proceso	1. La estructura y la composición de la Junta	50	¿Hay un presidente en la lista?	
		51	¿Detallan sobre el presidente (que no sea de nombre - título)?	
		52	¿Hay una lista de los miembros de la junta (nombres)?	
		53	¿Hay detalles acerca de los directores?	
		54	¿Revelan los detalles sobre el empleo, posición directiva en curso?	
		55	¿Se proporcionan detalles acerca de empleo, posiciones anteriores?	
		56	¿Revelan cuándo uno de los directores se unió a la junta?	
		2. Papel de la Junta	57	¿Clasifica directores como ejecutivo o un director externo?
			58	¿Revelan detalles sobre el papel de la junta de directores de la compañía?
			59	¿Describe una lista de las materias reservadas a la junta?
	60		¿Hay una lista de los comités de la Junta?	
	61		¿Revisa la última reunión de la Junta (podría ser minutos)?	
	62		¿Hay un comité de auditoría?	
	63		¿Divulga los nombres en el comité de auditoría?	
	64		¿Hay un comité de remuneración - compensación?	
	65		Indica los nombres en comité de remuneración -compensación.	
	66		¿Existe un comité de nominación?	
	3. Capacitación de directores y compensación	67	¿Divulga los nombres en el comité de nominación?	
		68	¿Existe otra función de auditoría interna, además del comité de auditoría?	
		69	¿Hay un comité de estrategia, inversión, financiación?	
		70	¿Dan a conocer si ofrecen capacitación de directores?	
		71	¿Revelan el número de acciones de la empresa en poder de los directores?	
		72	¿Discuten el proceso de toma de decisiones de las remuneraciones de los directivos?	
		73	¿Son revelados los detalles de los salarios de los directores (núm.)?	
		74	¿Son revelados y divulgados las formas de los salarios de los directores (efectivo, acciones, etc.)?	
		75	¿Son revelados los detalles del pago relacionado con el desempeño de los directores?	
		4. La compensación ejecutiva y la evaluación	76	¿Revela la lista de los altos directivos (no en el consejo de administración)?
	77		¿Son revelados los fondos de los altos directivos?	
	78		¿Se revelan el número de acciones en poder de los altos directivos?	
	79		¿Revelan el número de acciones en otras empresas afiliadas por los administradores?	
	80		¿Discuten la toma de decisiones de los gestores (no a bordo) a pagar?	
	81		¿Revelan el número de los salarios de los gestores (no a bordo)?	
	82		¿Revelan la forma de los salarios de los gestores (no a bordo)?	
	83		¿Revelan los detalles en la remuneración por rendimiento de los administradores?	
84	¿Se revelan los detalles del contrato del CEO?			

*Nota.* Adaptado de “Transparencia y Difusión: Descripción de la Metodología y Resultados del estudio -Estados Unidos,” por Patel, Balic, & Bwakira, 2002. Measuring transparency and disclosure at firm-level in emerging markets. *Emerging Markets Review*, 3(4), 325-337.

### 2.4.2. Modelo Inteligencia de Negocios y la Universidad del Desarrollo de Chile

Este modelo fue desarrollado por la Universidad de Desarrollo de Chile y la consultora Inteligencia de Negocios (IdN). Comprende el empleo de seis dimensiones (ver Tabla 9), que agrupan un total de 81 variables. La metodología consiste en la búsqueda de información en el sitio web corporativo de una compañía, asignándole un puntaje de 1 si existe la información y 0 si no existe la información. Este modelo asigna pesos ponderadores a cada dimensión: (a) presentación y negocios: 10%; (b) Gobierno Corporativo: 25%; (c) información financiera: 20%; (d) información para el inversionista: 30%; (e) RSE y RSA: 10%; y (f) herramientas: 5%; el cual es asignado por su factor de importancia (IdN, 2010). El puntaje final del índice de Transparencia Corporativa puede encontrarse entre 0 y 100 puntos.

Tabla 9

#### *Modelo de Transparencia de Gobierno Corporativo*

Dimensión	Descripción	Ejemplo de variables
1. Presentación & Negocios	Considera datos sobre la empresa, sinopsis histórica, sus negocios, fortalezas y cobertura comercial	Historia corporativa Misión, visión, valores
2. Gobierno Corporativo	Organización detallada de la compañía, dueños, directorio, alta gerencia y reglas internas.	Estatuto social Remuneraciones del Directorio
3. Información para el Inversionista	Todos aquello que un inversionista debe saber, desde los hechos esenciales hasta los planes estratégicos pasando por los dividendos, juntas de accionistas y la cotización bursátil	Hechos esenciales Calendario de eventos Actas de juntas de accionistas
4. Información Financiera	Los estándares contables, formatos de entrega supervisiones y periodicidad en la entrega de la información	Memoria anual EE.FF. trimestrales
5. RSE y RSA	Incluye todo lo referente a políticas de crecimiento sustentable, tanto en lo social como en lo ambiental.	Memoria de Sustentabilidad Desempeños
6. Misceláneos	Herramientas que facilitan la búsqueda y comprensión de la información	Contáctenos Otros idiomas

*Nota.* Tomado de “Reporte ITC 2010,” por Inteligencia de Negocios. Universidad del Desarrollo, Facultad de Comunicaciones, 2010.

### 2.4.3. Modelo Cheung y Tan

Este modelo tiene el objetivo de identificar las características de las sociedades cotizadas en China. Comprende el empleo de cinco dimensiones (ver Tabla 10) que agrupa un total de 30 variables. Su metodología para calcular el índice, cada elemento es una variable dicotómica que puede tomar el valor de 1 o 0, dependiendo de si la empresa proporciona o no el tipo de información especificada por la variable. El IT mide la Transparencia Corporativa de las 100 principales empresas que figuran en la lista china desde 2004 hasta 2007.

Tabla 10

#### *Dimensiones del Modelo Cheung y Tan*

Dimensiones	Descripción de la dimensión	No	Variables
1. Derecho de los accionistas	Evalúa la transparencia de los derechos de los accionistas, sobre la aprobación, presentación y divulgación de los mismos. Abarca la remuneración, designación de auditores, política de dividendos.	1	¿La decisión sobre la remuneración de los miembros de la junta o ejecutivos es aprobada por los accionistas anualmente?
		2	¿Cómo se presenta la remuneración de la junta directiva?
		3	Calidad de la Notificación para convocar a una Junta de Accionistas en el último año
		4	¿Asistió el CEO / Director Ejecutivo a al menos una Junta General en los últimos 2 años?
		5	¿Hay una lista de nombres de asistencia de la junta disponible?
		6	¿Las actas de la Junta General de Accionistas registran que hubo una oportunidad para que los accionistas hagan preguntas o generen problemas en el último año?
2. El tratamiento equitativo de los accionistas	Evalúa que las operaciones entre empresas relacionadas sean transparentes y muestren cumplimiento en cuanto a sus poderes y documentos requeridos para la obtención de los mismos.	7	¿Proporciona la compañía justificaciones / explicaciones para transacciones con partes relacionadas que afectan a la corporación?
		8	¿Ha habido casos de incumplimiento relacionados con transacciones con partes relacionadas en el último año?
		9	¿La empresa facilita el voto por poder?
		10	¿El aviso a los accionistas especifica los documentos requeridos para dar poder?
		11	¿Hay algún requisito para que una cita de poder sea notariada?
		12	¿Con cuántos días de anticipación envía la compañía el aviso de las juntas generales de accionistas?
3. La función de los interesados en Gobierno Corporativo	Evalúa si la empresa precisa los roles que cumplen las partes interesadas y si muestra información hacia sus grupos de interés en temas de seguridad, medio ambiente y bienestar social.	13	¿La compañía menciona explícitamente la seguridad y el bienestar de sus empleados?
		14	¿La compañía menciona explícitamente el papel de las partes interesadas clave, como los clientes o la comunidad en general (o acreedores o proveedores)?
		15	¿La compañía menciona explícitamente los problemas ambientales en sus comunicaciones públicas?



Tabla 10

*Dimensiones del Modelo Cheung y Tan (continuación)*

Dimensiones	Descripción de la dimensión	No	Variables		
4. Divulgación y Transparencia	Evalúa si la empresa muestra su información financiera detallada, informes anuales, presupuestos, Estados Financieros auditados mostrando las salvedades. A su vez si la empresa mantiene actualizada la divulgación de dicha información en la web.	16	¿Tiene la empresa una estructura de propiedad transparente?		
		17	Evaluar la calidad del informe anual.		
		18	¿Hay alguna declaración que solicite a los directores que informen sus transacciones de acciones de la compañía?		
		19	¿Tiene la compañía una operación de auditoría interna establecida como una unidad separada en la compañía?		
		20	¿La compañía realiza una auditoría anual con auditores independientes y de buena reputación?		
		21	¿Hay alguna calificación contable en los estados financieros auditados aparte de la calificación de Incertidumbre de Situación?		
		22	¿La empresa ofrece múltiples canales de acceso a la información?		
		23	¿Tiene la empresa un sitio web que divulga información actualizada?		
		5. Responsabilidades de la Junta	Evalúa si la empresa cuenta con reglas, códigos, políticas, misión y visión. También evalúa la calidad de los informes emitidos que los responsables de la junta cumplan revisando y emitiendo sus opiniones en base al cumplimiento legal.	24	¿Tiene la compañía sus propias reglas escritas de Gobierno Corporativo?
				25	¿La junta directiva proporciona un código de ética o declaración de conducta comercial para todos los directores y empleados?
26	¿Tiene la empresa una visión / misión corporativa?				
27	Evaluar la calidad y el contenido del Informe del Comité de Auditoría en el informe anual.				
28	¿Indica la compañía en su informe anual la definición de "independencia"?				
29	¿La compañía proporciona detalles de contacto para una persona específica de relaciones con inversionistas?				
30	¿Tiene la empresa un informe de la junta directiva?				

*Nota.* Tomado de "Un índice que mide la transparencia divulgación revelaciones: empresas cotizadas chinas", por Revista de Contabilidad y Política Pública, 2010, p. 277-278.

#### 2.4.4. Modelo Briano y Lázaro

Este modelo analiza el nivel de divulgación de información corporativa en Internet de las empresas cotizadas en el IBEX 35. Comprende el empleo de tres dimensiones (ver Tabla 11), que agrupan un total de 41 variables. La metodología consiste en la búsqueda de información en el sitio web de la empresa. Se considera cada variable dicotómica que puede tomar el valor de 1 o 0, dependiendo de si la empresa proporciona o no el tipo de información especificada por la variable. La información ha sido recogida para las 35 empresas que pertenecen al IBEX 35, las cuales se caracterizan por un mayor volumen de capitalización y una fuerte presencia inversora en Latinoamérica (Briano & Rodríguez, 2013).

Tabla 11

*Dimensiones del Modelo ITC de las Empresas del IBEX 35*

Dimensiones	Descripción de la dimensión	No	Variables
1. Información corporativa	Evalúa la divulgación de información relacionada a la empresa entorno a su perfil estratégico, clientes, proveedores, tecnología y responsabilidad social.	1	Sitio web en inglés y español
		2	Perfil corporativo
		3	Estrategia
		4	Productos/Servicios/Negocios/Marcas
		5	Presencia/Cobertura/Subsidiarias
		6	Información sobre clientes
		7	Proveedores
		8	Calidad
		9	Innovación/Tecnología
		10	Comunidad/Medio ambiente
		11	Contactos/Mapa del sitio
		12	Recursos humanos
		13	Sala de prensa
		14	Responsabilidad social y sustentabilidad
2. Información financiera / Relación con inversores	Evalúa la divulgación de información financiera de un determinado periodo a través de indicadores. Asimismo, determina la calidad de la información relevante que se da a conocer.	15	Informe anual
		16	Informes trimestrales
		17	Cifras relevantes/Indicadores financieros
		18	Registros (SEC, 20F, NYSE-NASDAQ, AMX 10U, Latibex)
		19	Servicios e información para los inversores
		20	Presentaciones corporativas
		21	Información bursátil
		22	Eventos relevantes/Noticias
		23	Bolsas de valores internacionales en las que cotiza
		24	Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta
3. Gobierno Corporativo	Evalúa la divulgación de información relacionada a políticas y reglas de comportamiento interno tanto para accionistas como para el personal en general.	25	Políticas de Gobierno Corporativo
		26	Informes de Gobierno Corporativo
		27	Asamblea de accionistas
		28	Composición del consejo de administración
		29	Compensación del consejo de administración
		30	Comités de apoyo (Auditoría)
		31	Comités de apoyo (Gobierno Corporativo)
		32	Comités de apoyo (Nombramientos y remuneración)
		33	Comités de apoyo (Planeación y finanzas)
		34	Comités de apoyo (Otros)
		35	Equipo directivo
		36	Composición accionarial
		37	Estatutos sociales
		38	Derechos de los accionistas minoritarios
		39	Política de distribución de dividendos
		40	Ofertas públicas de adquisiciones
		41	Factores de riesgo

*Nota.* Tomado de “Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35”, por Briano y Rodríguez, 2016, p. 196.

### 2.4.5. Modelo Testera y Cabeza

Este modelo analiza el nivel de divulgación de información corporativa en empresas españolas cotizadas. Plantearon una metodología para hallar un índice global de transparencia que sigue las directrices establecidas por el *Global Reporting Initiative* (GRI); y engloba la evaluación en cuatro dimensiones con 20 variables (ver Tabla 12), y que agrupan un total de 126 variables (Testera & Cabeza, 2013). La metodología consiste en la búsqueda de información en informes o memorias de Responsabilidad Social Corporativa (RSC); considerando cada variable dicotómica que puede tomar el valor de 1 o 0, dependiendo de si la empresa proporciona o no el tipo de información especificada por la variable.

Tabla 12

#### *Dimensiones del Modelo de ITC Testera y Cabeza*

Dimensiones	Descripción de la dimensión	No	Factores
1. Perfil Corporativo	Información sobre su estrategia social y medioambiental, de los detalles de su perfil y de la participación y los compromisos del gobierno corporativo en la organización.	1 2 3 4	Estrategia y Análisis Perfil de la organización Parámetros del Informe Gobierno, Participación y compromisos con los grupos de presión
2. Económica	Información de los impactos de la organización sobre las condiciones económicas de sus <i>stakeholders</i> , así como en los sistemas económicos en que se desenvuelve (locales, nacionales y, en su caso, internacionales).	5 6 7	Desempeño Económico Presencia en el Mercado Impactos Económicos Indirectos
3. Ambiental	Información de los impactos que la empresa puede ocasionar sobre la vida de los sistemas naturales, incluidos los ecosistemas, la tierra, el aire y el agua. Expone los compromisos de la organización con la biodiversidad o el cumplimiento de las normas ambientales.	8 9 10 11 12 13 14 15 16	Materiales Energía Agua Biodiversidad Emisiones, Vertidos y Residuos Productos y Servicios Cumplimiento normativo Transporte General
4. Social	Informa si las prácticas laborales se ajustan a la Declaración de Principios y Derechos Fundamentales del Trabajo, por ejemplo, no discriminación, igualdad de género, libertad de asociación, trabajo infantil, mano de obra forzada o los derechos indígenas.	17 18 19 20	Prácticas Laborales éticas Derechos Humanos Sociedad Responsabilidad sobre productos

*Nota.* Tomado de “Análisis de los factores determinantes de la transparencia en RSC en las empresas españolas cotizadas”, por Testera y Cabeza, 2013, p. 260.

### 2.4.6. Modelo Alcaraz, Navarro y Ortiz

El modelo de Alcaraz, Navarro y Ortiz (2017) comprende el empleo de cuatro dimensiones (ver Tabla 13), que agrupan un total de 61 variables para medir la Transparencia Corporativa. La metodología consiste en la búsqueda en la página web de la información emitida por gobiernos regionales de España mediante un análisis de contenido. Pretende evaluar el nivel de información divulgada en función de los criterios establecidos por la propuesta del GRI. La valorización de la publicación de la información se considera con valor 1 y en caso de no contar con la información se considera un valor 0 por cada ítem.

Tabla 13

#### *Dimensiones del Modelo de ITC de Alcaraz, Navarro y Ortiz*

Dimensión	Factores	No	Variables
Información General	Estrategia y análisis:	1	¿Existe declaración del máximo responsable acerca de la relevancia de la sostenibilidad para la organización y para su estrategia?
		2	¿Esta declaración incluye prioridades, estrategias y asuntos clave a medio/corto plazo?
		3	¿Esta declaración incluye tendencias de mayor alcance que afectan a prioridades en materia de sostenibilidad?
		4	¿Esta declaración incluye eventos, logros y fracasos registrados durante el periodo de información?
		5	¿Esta declaración incluye perspectivas de desempeño en relación con los objetivos?
		6	¿Esta declaración incluye desafíos y metas para el próximo año y los 3-5 siguientes?
	Perfil de la organización:	7	¿La entidad tiene marcas propias?
		8	¿Existen distintas áreas claramente definidas?
		9	¿Existen responsables definidos por área?
		10	Localización de la sede principal de la entidad.
		11	Número de países en los que desarrolla actividades significativas.
		12	Número de empleados.
	Parámetros de la información:	13	¿Se han producido cambios relevantes en la estructura o tamaño de la entidad?
		14	¿Ha obtenido la entidad premios o distinciones en el periodo que abarca la información suministrada?
		15	Periodo que abarca la información suministrada.
		16	Fecha información suministrada anterior.
		17	Frecuencia de presentación de la información suministrada.
		18	¿Existe punto de contacto general para cuestiones relativas a la información suministrada?
		19	¿Incluye la información suministrada datos de interés específico para proveedores y usuarios?
		20	¿Viene asignada la prioridad de los aspectos recogidos en la información suministrada?
	Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés:	21	¿Existe persona u órgano responsable de la definición de la estrategia de la organización?
		22	¿Ostenta el máximo responsable algún otro cargo público o privado?
		23	¿Existen comités de empresa o representantes de los trabajadores?
		24	¿Se incluyen a los grupos de interés en la información suministrada?
		25	¿Se incluyen criterios de identificación y selección de los grupos de interés?

Tabla 13

*Dimensiones del Modelo de ITC de Alcaraz, Navarro y Ortiz (continuación)*

Dimensión	Factores	No	Variables
Económica		26	Presupuesto de Gastos/Población beneficiada.
		27	Presupuesto de Ingresos/Población beneficiada.
		28	Ingresos por transferencias de otras Administraciones públicas/ingresos totales.
		29	Gastos Brutos desglosados por tipo de Pago.
		30	Gastos Brutos desglosados por Clasificación financiera.
		31	Gastos de capital desglosados por Clasificación financiera.
		32	Estipulaciones de la política de promoción interna.
		33	Acciones de formación.
		34	Riesgos financieros futuros.
		35	Datos sobre subvenciones recibidas.
		36	Divulga el presupuesto de gastos e incluye:
		37	Perspectivas a medio plazo.
		38	Muestra los supuestos económicos clave: previsión crecimiento PIB, empleo, tasa de desempleo, inflación y tipos de interés.
		39	Gastos debidos a programas de Asuntos Sociales.
Social		40	Salario inicial (en las primeras contrataciones de personal) /Salario mínimo local).
		41	Gasto en proveedores locales/Gasto total.
		42	¿Es pública la oferta de servicios?
		43	Convocatoria de Subvenciones para actividades empresariales.
		44	Revela las obligaciones de pensiones con los empleados.
		45	Convocatoria de Subvenciones para Asociaciones de Vecinos.
		46	Ofertas de empleo público.
		47	Convocatoria de subvenciones para ONG's.
Ambiental		48	Indicadores de eficacia y eficiencia.
		49	Difunde las iniciativas llevadas a cabo para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios.
		50	Revela el grado de reducción de ese impacto.
		51	Revela el consumo directo de energía procedente de fuentes primarias.
		52	Revela el consumo de energía intermedia.
		53	Difunde las acciones llevadas a cabo para incrementar el ahorro de energía mediante conservación o mejoras en la eficiencia.
		54	Emite información acerca de las iniciativas llevadas a cabo para promocionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables.
		55	Se revelan las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.
		56	Difunde las iniciativas llevadas a cabo para reducir el consumo indirecto de energía.
		57	Se revelan las reducciones logradas con dichas iniciativas.
	58	Revela las distintas fuentes de captación de agua y el volumen por fuente.	
	59	Informa acerca del porcentaje y el volumen total de agua reciclada y reutilizada en la comunidad.	
	60	Proporciona información acerca de los vertidos y destino de las aguas residuales en la comunidad.	
	61	Informa acerca del total y los tipos de gastos e inversiones ambientales.	

*Nota.* Tomado de “La transparencia sobre sostenibilidad en gobiernos regionales: el caso de España”, por Alcaraz, Navarro y Ortiz, 2017, p. 134.

## 2.5. Resumen

La transparencia ha alcanzado un título de gran importancia a nivel internacional, puesto que ofrece información relevante a las partes interesadas. A su vez las partes interesadas requieren dicha información para conseguir la atención de nuevos inversores quienes les otorgarán mayor capital. Es por eso, que el concepto de Transparencia Corporativa ha sido desarrollado y analizado considerando dos perspectivas: (a) estática y (b) dinámica. La Transparencia Corporativa dinámica es considerada la más apropiada dado que, gracias a su efectividad porque aprovecha la tecnología e internet y toma en cuenta los intereses del receptor. Además, con el objetivo de conceptualizar la Transparencia Corporativa esta se presenta desde distintos enfoques: (a) enfoque a la difusión y disponibilidad de información, (b) enfoque a las características de la información, (c) enfoque a la capacitación del receptor de la información y (d) enfoque integral.

En el enfoque a la difusión y disponibilidad de información la organización decide informar sobre su desempeño y dicha información deberá comprender los aspectos social, medioambiental, financiero y de Gobierno Corporativo. En el enfoque a las características de la información se toma en cuenta las principales características que debe tener la información para ser calificada como transparente por el receptor. El enfoque a la capacitación del receptor de la información sustenta que al brindar información suficiente al *stakeholders* se les está brindando una capacitación que les permite valorar y evaluar las operaciones de la organización. El concepto principal de Transparencia Corporativa con enfoque integral reúne la difusión de información relevante (Song & Lee, 2015), comprensible, accesible y oportuna (FMI, 2009). Asimismo, adapta la información y los medios de comunicación según las diferentes expectativas de los *stakeholders* (Hess, 2008; Ewer, 2007) con el objetivo de generar confianza y sean valorados para la toma de decisiones en beneficio mutuo (Piechocki, 2004).

Por otro lado, se observa que un modelo de Transparencia Corporativa es necesario para salvaguardar los intereses de los inversionistas, en base a la información divulgada de forma clara y precisa. Por lo tanto, en el presente estudio se describe seis modelos. El primer modelo Patel, Balic y Bwakira comprende el empleo de tres dimensiones y un total de 98 variables, su metodología consiste en evaluar mediante la búsqueda de informes anuales, sus principales ventajas son que la divulgación de información de carácter financiero, están basados en métodos reconocidos internacionalmente y da a conocer los objetivos estratégicos, planes futuros, proyecciones de inversión y crecimiento de la organización con la finalidad de atraer capital. Su principal desventaja es que se centra en dimensiones muy básicas sin evaluar aspectos sociales y medio ambientales.

El segundo modelo Inteligencia de Negocios y la Universidad del Desarrollo de Chile comprende el empleo de seis dimensiones, que agrupan un total de 81 variables. La metodología consiste en la búsqueda de información en el sitio web corporativo de una compañía, asignándole un puntaje de 1 si existe la información y 0 si no existe la información, su principal ventaja es evaluar información de carácter financiero y no financiero, incluyendo información de carácter social como RSE y su principal desventaja es que el diseño del instrumento ha sido creado solo para aplicación en el país de creación. El tercer modelo Cheung y Tang comprende el empleo de cinco dimensiones que agrupa un total de 30 variables. Su principal ventaja es garantizar que se transmita al mercado toda la información relevante para los inversores y que ésta sea completa, verás, simétrica, equitativa y en tiempo útil. Y su principal desventaja es que el diseño del instrumento ha sido creado solo para su aplicación en el país de creación.

El cuarto modelo Briano y Lázaro comprende el empleo de tres dimensiones, que agrupan un total de 41 variables. Su principal ventaja es que los resultados de la información financiera revelada concederán efectividad a las organizaciones en los mercados de capitales.

El quinto modelo de ITC de Testera y Cabeza comprende el empleo de cuatro dimensiones que agrupan un total de 61 variables. La principal ventaja que tiene son los resultados de la información financiera revelada concederán efectividad a las organizaciones en los mercados de capitales y su principal desventaja sería el haber solo considerado muestra de un único país

Finalmente, el sexto modelo Alcaraz, Navarro y Ortiz comprende el empleo de cuatro dimensiones, que agrupan un total de 61 variables. Su principal ventaja es contar con variables para medir el cumplimiento de sus compromisos frente a la sociedad colaborando con el avance de los países en vías de desarrollo y su principal desventaja es que la información revelada podría afectar en los resultados de competitividad por divulgar información estratégica y clave de la empresa.

## **2.6. Conclusiones**

El concepto de Transparencia Corporativa es estudiado teniendo en cuenta distintos enfoques. En línea a ello, la definición más apropiada que se obtuvo del desarrollo del capítulo es que la Transparencia Corporativa reúne la difusión de información relevante comprensible, accesible y oportuna. Asimismo, adapta la información y los medios de comunicación según las diferentes expectativas de los *stakeholders* con el objetivo de generar confianza y sean valorados para la toma de decisiones de beneficio mutuo.

Además, en la revisión de todos los modelos de Transparencia Corporativa se concluye que las dimensiones han ido evolucionando, empezando desde un enfoque económico, luego la inclusión de la dimensión Gobierno Corporativo y por último los modelos más recientes han incluido la dimensión social y ambiental, podemos calificar las variables asignándole un puntaje de 1 si existe la información y 0 si no existe la información.

Finalmente, el modelo de Transparencia Corporativa debe elaborarse tomando en cuenta los informes anuales de la empresa que garanticen la objetividad de la información



presentada, búsqueda de información en el sitio web corporativo de una compañía, búsqueda de información en informes o memorias de Responsabilidad Social Corporativa. Todos los modelos emplean la metodología de la búsqueda de información en su página web oficial de la empresa.



### **Capítulo III: Metodología**

En este capítulo se describe de manera estructurada la metodología de creación del índice, la cual se basa en la metodología para la construcción de indicadores compuestos usada por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Esta institución está constituida por los gobiernos de 30 democracias, los cuales trabajan en conjunto para buscar mejoras en aspectos económicos, sociales y medioambientales; asimismo, ayuda a los gobiernos generando un entorno colaborativo donde la experiencia de los países puede ser compartida, centrándose en buscar soluciones o mejoras conjuntas (OECD, 2008).

#### **3.1.Importancia de un Indicador Compuesto**

El uso de indicadores compuestos permite ventajas para el análisis de la información, ya que es un índice que es desarrollado de manera simple y permite evaluar diferentes dimensiones, del mismo modo, los indicadores permiten realizar un seguimiento histórico evaluando y comparando su comportamiento (Garry & Villarreal, 2016). Es más fácil para las personas evaluar indicadores que tratar de relacionar índices independientes, los cuales no tienen una estandarización que nace producto del análisis, los índices compuestos permiten también comparar los resultados de diferentes países evaluados, logrando así crear índices compuestos universales (Saltelli, 2007).

#### **3.2.Metodología de la OCDE para la Creación de Indicadores**

En la Tabla 14 se detallan las 10 etapas que son necesarias para realizar de manera estructurada los indicadores compuestos y que comprende cada etapa. Esta construcción obedece a la metodología para la construcción de indicadores compuestos de la OCDE. Seguido de ello, se desarrolla cada una de las etapas aplicadas a la construcción el ITC.

Tabla 14

*Etapas de Construcción de un Indicador Compuesto*

Etapa de la metodología de la OCDE	¿Qué comprende esta etapa?
1. Desarrollo del marco conceptual	En esta etapa se evalúa la base para la elección de las variables o conjunto de variables que son importantes para el modelo.
2. Elección de componentes del indicador	Se selecciona la información de acuerdo a la relevancia que esta tenga respecto al fenómeno estudiado. En esta etapa se incluye el juicio de expertos y participación de <i>stakeholders</i>
3. Imputación de datos faltantes	Se revisan los datos para agruparlos de forma adecuada.
4. Análisis multivariable	Se analiza la estructura de la información, con el fin de garantizar su validez y guía de la elección de metodologías subsiguientes.
5. Normalización de datos	Proceso en el cual se normalizan o estandarizan las variables para que puedan ser comparables entre sí.
6. Ponderación y agregación	Se pondera en base a los lineamientos del marco teórico
7. Análisis de incertidumbre y sensibilidad	Se busca garantizar la solidez del indicador
8. Revisión de indicadores Simples	Se revisa los datos para evaluar si los principales componentes son los adecuados o no. La transparencia es necesaria para un correcto análisis y formulación de políticas.
9. Conexión con otros indicadores	Se analiza si el indicador tiene relación con otros indicadores existentes.
10. Visualización de los resultados	Representación de los resultados de manera que sea de fácil entendimiento.

**3.2.1. Desarrollo del Marco Conceptual**

En esta primera etapa es necesario definir las bases para la medición de la Transparencia Corporativa a través de un instrumento, se revisan conceptos disponibles asociados al fenómeno a evaluar. En esta etapa nuestro objetivo ha sido definir de manera clara el concepto de Transparencia Corporativa, que permita crear un instrumento de fácil entendimiento. Contar con información de calidad y confiable es fundamental en esta etapa. El sustento de esta etapa está contenido en el Capítulo II, en donde se detalla las posibles dimensiones que conformaran el modelo de ITC. Es importante señalar que ha sido necesario estructurar toda la información recolectada asociada al fenómeno, para facilitar la comprensión y análisis; del mismo modo, contribuye al orden y optimización del tiempo al momento de hacer la evaluación a las organizaciones.

### 3.2.2. Elección de los Componentes del Indicador

Luego de haber analizado el marco conceptual, en esta etapa se seleccionan las variables más importantes que formaran parte del instrumento. Las consideraciones para la elección de variables son la relevancia para los *stakeholders* y accesibilidad a la información. Se ha revisado y evaluado dimensiones y variables contenidas en seis modelos existentes; con el objetivo de seleccionar las que mejor se adecuan al contexto actual, aprovechando las fortalezas de dichos instrumentos ya validados y aplicados. Esta información se encuentra dentro del análisis de los instrumentos de ITC del Capítulo II.

### 3.2.3. Imputación de Datos Faltantes

La imputación es una metodología usada para solucionar los inconvenientes causados por datos faltantes, los métodos de imputación buscan centrarse en que la varianza y la media no se vea afectada por la ausencia de datos. Dentro de los métodos más usados de imputación tenemos: (a) método de imputación de la media, (b) el método *Nearest Neighbor Imputation* (NNI), (c) método de la razón, (d) método *Ramdon Hot Deck* (RHD); los tres primeros métodos pueden ser considerados como métodos determinísticos, mientras que el último es considerado un método de imputación aleatoria (Muñoz & Alvarez, 2009).

La función de este instrumento es medir el nivel de Transparencia Corporativa, por lo tanto, las dimensiones y variables elegidas se relacionan al acceso de información relevante de la organización y como estas pueden ser accesibles para sus *stakeholders* de manera fácil y comprensible (Sharma & Singh, 2009; Vogelgesang, Leroy, & Avolio, 2013). Es por ello que la aplicación de una metodología para la imputación de datos faltantes no será aplicada en este instrumento, ya que los indicadores seleccionados recogen aspectos de importancia para sus *stakeholders*, por lo que imputar variables causaría un sesgo en el instrumento.

### **3.2.4. Análisis Multivariable**

En esta etapa se evalúa la data obtenida para sustentar su aplicación en la construcción del instrumento. Para este fin, se recurre a la metodología de juicio de expertos, que guía con su opinión en el proceso de recolección y validación de la información, y conseguir indicadores eficaces y consistentes para evaluar el fenómeno en estudio (Cabero & Llórente, 2013). Esta metodología de validación es cada vez más usada, especialmente cuando se necesita comprobar la confiabilidad de una investigación, donde es necesario que la calidad del instrumento sea evaluada, teniendo como base la validez y fiabilidad del instrumento (Robles & Del Carmen, 2015). Para ello se ha realizado entrevistas estructuradas, donde las preguntas han sido desarrolladas con el objetivo de obtener información de calidad que contribuya al desarrollo del modelo de medición de ITC (Méndez, 2001).

Por otro lado, no se aplicará el análisis de componentes principales (ACP) o análisis de factores (AF) debido a que este ITC cuenta con muchas variables y estas metodologías generarían un gran número de coeficientes de correlación, asimismo se presentaría un alto grado de correlación entre variables (De La Fuente, 2011; OECD, 2008).

### **3.2.5. Normalización de Datos**

En esta etapa se busca que todas las variables sean comparables entre sí, por tanto, todas las variables del ITC deben tener la misma unidad de medición (OECD, 2008). Existen diferentes métodos de normalización que darán como resultado un diferente indicador, por ello es necesario el análisis para determinar cuál es la metodología más adecuada. Entre las metodologías existentes podemos mencionar escala de transformación, estandarización o score Z, mínimo máximo, distancia para una referencia, indicador sobre o debajo de la media, metodología para indicadores cíclicos y porcentaje de diferencias anuales sobre años consecutivos. Para la normalización del ITC se usará la metodología mínima y máximos en

donde los valores están contenidos entre 0 y 1, este método es representado bajo la siguiente formula:

$$I_{qc}^t = \frac{x_{qc}^t - \min_c(x_q^t)}{\max_c(x_q^t) - \min_c(x_q^t)}$$

$I_{qc}$  es resultado de la normalización,  $\min X_{qc}$  es el mínimo valor de x y  $\max X_{qc}$  es el valor máximo de X.

### 3.2.6. Ponderación y Agregación

En esta etapa se realiza la ponderación de dimensiones para ello es necesario tener clara la primera etapa de la presente metodología. Es imprescindible que el mapa conceptual sea la base para aplicar la ponderación, y respetar los parámetros que contiene la información. El contar con la metodología de juicio de expertos puede contribuir a la ponderación de un indicador, pero es difícil lograr consenso entre ellos. Luego del análisis se empleará la metodología de ponderación equitativa aplicada tanto a los factores y a las dimensiones del ITC, de esta forma se busca eliminar los posibles sesgos.

### 3.2.7. Análisis de la Incertidumbre y Sensibilidad

En esta etapa se evalúa la robustez del instrumento. La evaluación consiste en realizar un análisis de la incertidumbre del instrumento, empleando el análisis de Montecarlo. Esta metodología se basa en la simulación de escenarios a través de resultados en las variables de manera aleatoria, de tal manera que se pueda simular el instrumento y evaluar los resultados a fin de determinar la robustez del instrumento. Este método de simulación pese a ser muy simple es el más usado ya que permite evaluar un gran número de simulaciones de manera confiable y sencilla (Mooney, 1997).

### 3.2.8. Revisión de Indicadores Simples

En esta etapa, es necesario descomponer el resultado del ITC para el análisis de los indicadores simples. Entender cuál o cuáles variables tiene una mayor fortaleza y otras

mayores debilidades, explicara cómo impacta en el resultado de cada dimensión. Para un mejor entendimiento se realizará la evaluación del instrumento a través de diagramas de tela de araña, de esta forma se podrá mostrar gráficamente los resultados obtenidos.

### **3.2.9. Conexión con Otros Indicadores.**

Este ITC puede tener una correlación con otros indicadores existentes ya que las variables evaluadas pueden estar incluidas dentro de otros indicadores o índices. Para ello, se evaluarán los diferentes indicadores o índices asociados al desempeño empresarial en busca de relaciones. Una metodología que contribuye a la evaluación de relación entre indicadores son los diagramas cruzados ya que permiten evaluar como un indicador repercute en otro.

### **3.2.10. Visualización de Resultados**

La finalidad del instrumento es que sea de fácil entendimiento para todo los *stakeholders*. El uso de gráficos y tablas adecuadas contribuyen al entendimiento de las personas; especialmente cuando se presentan análisis estadísticos o de datos (Ross, 2007). Es necesario crear una armonía entre palabras, números y gráficos, asimismo la visualización de datos debe ser precisa, efectiva y de fácil entendimiento (Trufte, 2001). Para el ITC propuesto se presentará: (a) gráficos de barras o columnas que favorecen la visualización y análisis de los resultados obtenidos; (b) gráficos radiales que permite conocer las brechas entre la situación actual y el objetivo; (c) tablas para tabular la información de forma agrupada y ordenada de los resultados. Adicionalmente se complementará con diagramas circulares y barras semáforo que permitirá comunicar la información de manera simple y objetiva.

### **3.3. Resumen**

La creación del ITC obedece a la metodología de la OCDE para la creación de indicadores compuestos. Esta metodología es confiable, probada y mejorada durante varios años; empleado a nivel mundial, y cuenta con el aporte de personal experto de muchos países

que conforman esta organización. En tal sentido, la aplicación de cada una de estas 10 etapas de la metodología, garantizan la calidad y robustez en la construcción de un ITC.





## Capítulo IV: Propuesta de un Índice de Transparencia Corporativa

Este capítulo contempla la propuesta del ITC que parte de la definición de la Transparencia Corporativa, siguiendo la guía de la OCDE y la revisión de la literatura para la construcción del índice compuesto.

### 4.1. Definición de Transparencia Corporativa

De la revisión de la literatura del Capítulo II, podemos concluir que existen diversas definiciones de la Transparencia Corporativa. No obstante, para esta investigación se plantea una definición de la Transparencia Corporativa desde un enfoque integral como la difusión de información relevante (Song & Lee, 2015), comprensible, accesible y oportuna (FMI, 2009), adaptando la información y los medios de comunicación según las diferentes expectativas de los *stakeholders* (Hess, 2008; Ewer, 2007), para generar confianza (Piechocki, 2004) y puedan valorarlo y tomar decisiones de beneficio mutuo.

### 4.2. Dimensiones de Transparencia Corporativa

Como se indica en el Capítulo II, se ha realizado un análisis de los instrumentos de medición de la TC, tomando como referencia los modelos: (a) el modelo de Patel, Balic y Bwakira (2002); (b) el modelo de Chile por la Inteligencia de Negocios y la Universidad del Desarrollo de Chile (2010); (c) el modelo de Cheung y Tan (2010); (d) el modelo de Briano y Lázaro (2013); (e) el modelo de Testera y Cabeza (2013), (f) el modelo de Alcaraz, Navarro y Ortiz (2017). De la revisión de los modelos existentes se concluye que estos se dividen en dimensiones; asimismo la cantidad de dimensiones utilizadas para medir la transparencia ha ido en aumento, según los cambios del entorno (Baraibar, 2013); inicialmente con un enfoque netamente económico (Patel, Balic & Bwakira 2002), luego se fueron integrando dimensiones de Gobierno Corporativo para saber cómo las organizaciones son dirigidas (Cheung & Tan, 2010; Briano & Lázaro 2013); hasta los modelos actuales donde nuevos conceptos de RSC y el desarrollo sostenible han creado la necesidad de los *stakeholders* en

obtener mayor información relevante en las dimensiones sociales y ambientales (IdN, 2010; Testera & Cabeza, 2013; Alcaraz, Navarro & Ortiz, 2017). En tal sentido, en la Tabla 15 se muestra las cuatro dimensiones propuestas para el Índice de Transparencia Corporativa: (a) dimensión Gobierno Corporativo, (b) dimensión económica, (c) dimensión social y (d) dimensión ambiental (ver Figura 6) los cuales se comparan con los modelos evaluados.

Tabla 15

*Propuesta y Comparativo de Dimensiones del ITC*

Propuesta de dimensiones para ITC	Patel, Balic y Bwakira (2002)	IdN Chile (2010)	Cheung y Tan (2010)	Briano y Lázaro (2013)	Testera y Cabeza (2013)	Alcaraz, Navarro y Ortiz (2017)
Gobierno Corporativo	X	X	X	X	X	X
Información económica	X	X	X	X	X	X
Información Social		X			X	X
Información Ambiental		X			X	X

Seguido, se detalla y sustenta cada una de las dimensiones propuestas para el ITC; indicando los factores y variables que lo componen.

#### **4.2.1. Dimensión Gobierno Corporativo**

Esta primera dimensión comprende la información genérica de la organización y como está dirigida. Un análisis del Gobierno Corporativo permitirá reflejar la información sobre quién gobierna la empresa, cómo se estructuran sus incentivos, cómo y dónde los gerentes han invertido los recursos financieros de las empresas (Bushman, Piotroski & Smith, 2004). Del mismo modo, considera la identidad del personal clave de la organización, identidad de los miembros de la junta y sus afiliaciones, remuneración de los funcionarios y directores, la propiedad de los directores y empleados, la identidad de los principales accionistas y la gama de participaciones (Bushman, Piotroski & Smith, 2004). Es necesario tener en cuenta que la corrupción nace de la propia organización, y esta puede ser entendida como la antítesis de la transparencia, donde el acto corrupto es por naturaleza un acto no transparente (Trapero et al., 2014). Es iniciativa propia de la organización el promover el

libre acceso a la información, comunicando de forma abierta y que las partes interesadas puedan tomar decisiones basados en la información, logrando un clima de confianza (Cabrera, 2008).

En ese sentido, se ha considerado de siete factores que componen esta dimensión, las cuales se detallan a continuación: (a) Perfil de la organización, (b) alcance geográfico, (c) corrupción, (d) grupos de interés, (e) concentración de la propiedad, (f) estructura y composición del capital, y (g) parámetros de la información. Asimismo, en la Figura 7 se muestran los variables incluidas en cada factor de la presente dimensión

#### **4.2.2. Dimensión Económica**

Es la dimensión que tienen en común los seis modelos existentes analizados anteriormente (ver Capítulo II, 2.9); sustentando que la información financiera es una prioridad para los *stakeholders* y por ello no puede ser dejada de lado en la propuesta del ITC. Uno de los fundamentos de la relevancia de la información financiera es que considera la generación de valor de los activos con un riesgo asociado, siendo importante que se divulgue esta información a los inversores (50 Minutes, 2016). Del mismo modo, la diversa naturaleza de los riesgos que se pueden suscitar en una empresa puede poner en riesgo su continuidad, siendo importante conocerlo para la toma de decisiones (Lara, 2005). La Norma Internacional de Auditoría (NIA) indica que revelar la situación financiera de la empresa, brinda un razonamiento de la actividad económica de la organización. (IMCP, 2017).

Por ello esta dimensión cuenta con cuatro factores: a) desempeño económico, b) política contable, c) información de auditores y d) proyección de inversiones. Asimismo, en la Figura 8 se muestran las variables incluidas en cada factor de la presente dimensión.

#### **4.2.3. Dimensión Social**

Esta dimensión agrupa todos los aspectos humanos de la organización, tanto internos como externos y es la más compleja de todas las dimensiones, principalmente por el poder

que pueden presentar los *stakeholders*. Tener información sobre el recurso humano, nos permite determinar la estabilidad laboral de los trabajadores a través de las políticas laborales de la organización, asimismo, analizar la igualdad laboral (García, 2016). Por otro lado, la sociedad exige conocer sobre los procesos de selección, que estos no sean excluyentes y la legalidad de estos (Arango, 2012). Es necesario conocer que se cuenta con factores de equidad para las personas dentro de las organizaciones, que permita garantizar el desarrollo profesional de las personas (Meza, 2018).

Otro aspecto relevante en la dimensión social es la generación de empleo local, que repercute en el beneficio económico de la comunidad aledaña a la empresa (Salas & Diez, 2018). Finalmente, la información de las estadísticas de accidentes y la divulgación de la política de Seguridad y salud en el trabajo (SST) indica la declaración de los compromisos de la organización; siendo exigido por la Ley. Tener indicadores de gestión permite evaluar el estado del sistema de gestión de SST, de esta forma determinar si existe un compromiso de la organización por el cumplimiento de su plan de SST (Placeres, 2009).

Los proveedores son *stakeholders* y parte de la dimensión social. Contar con un sistema de contratación que sea abierto contribuyen a la transparencia de procesos, reducción de la corrupción y la orientación de procesos (Revilla, 2001). Asimismo, el uso de proveedores locales genera puestos de trabajos indirectos, esto contribuye al desarrollo económico de la comunidad aledaña a la empresa (Salas & Diez, 2018). Por otro lado, contar con un proceso de homologación de proveedores genera que las empresas verifiquen que sus proveedores realicen sus operaciones de manera responsable, cualquier irresponsabilidad influirá en acciones de sus *stakeholders* (Fernández, De Pablo, & Callejo, 2016).

La información relacionada a la responsabilidad social empresarial (RSE), se han convertido en aspectos relevantes de evaluación para los grupos de interés, ya que repercuten en la imagen de la organización frente a ellos (Echeverría, Abrego, & Medina, 2018). Las

prácticas de responsabilidad social son aspectos relevantes para la evaluación de los *stakeholders*. Por lo tanto, la divulgación de información social y medioambiental es una acción de legitimizar sus actuaciones ante la sociedad (Testera & Cabeza, 2013).

Saber quiénes compran los productos o servicios de la empresa es una información relevante, asimismo, mostrar los reclamos permite saber cómo la empresa actúa frente a ellos (Puente & López, 2007).

Por lo tanto, se ha considerado seis factores relevantes que componen esta dimensión: (a) recursos humanos, (b) seguridad y salud en el trabajo, (c) proveedores, (d) responsabilidad social, (e) clientes y (d) no discriminación. Asimismo, en la Figura 8 se muestran los variables incluidas en cada factor de la presente dimensión.

#### **4.2.4. Dimensión Ambiental**

La información de esta dimensión permite comunicar como repercute las operaciones de la organización con el medio ambiente que los rodea. El desarrollo de actividades empresariales traer beneficios económicos, no obstante, es necesario tener en cuenta que estas actividades pueden afectar al medio ambiente (Suárez & Molina, 2014). Contar con un plan de gestión ambiental permite analizar diversos factores asociados a la interacción de las organizaciones con su entorno a través de medidas de control y mitigación de sus efectos (Suárez & Molina, 2014). Del mismo modo, la eficiencia energética se ha convertido en un punto de interés común, mostrando el interés de la organización con el medio ambiente (Machado, 2010). Otro recurso valorado por los *stakeholders* es el agua, esta es considerada patrimonio de la nación y un bien de uso público, esperando su uso de manera eficiente y sostenible según lo propuesto por Ley de Recursos Hídricos 29338 (Perú, 2009).

Por lo tanto, esta dimensión contiene seis factores: a) energía, b) agua, c) emisión de gases, d) residuos sólidos, e) impactos ambientales y d) planes ambientales (ver Figura 9).

### 4.3. Modelo del Índice de Transparencia Corporativa.

El modelo de ITC propuesto es resultado de la revisión y análisis de información de fuentes secundarias obtenidas a través de la página web. Se revisó en detalle seis modelos de divulgación de información de diversos años de creación que se complementaron con la revisión de literatura sobre Transparencia Corporativa, los que direccionaron a obtener los indicadores que componen las cuatro dimensiones del ITC. Por otro lado, los resultados del ITC obtenidos se clasifican por: (a) resultado global del sector (b) resultado parcial por cada dimensión y (c) resultado parcial de cada empresa evaluada (ver Figura 4).

### 4.4. Componentes del Índice de Transparencia Corporativa

El ITC está compuesto de tres niveles, en el primer nivel están las dimensiones, luego los factores, y en el tercer nivel están las variables. Por otro lado, los resultados obtenidos se clasifican por: (a) resultado global del sector (b) resultado parcial por cada dimensión y (c) resultado parcial de cada empresa evaluada. La recolección de información es a través de fuentes secundarias, exclusivamente obtenida de la página web oficial de la empresa evaluada, cumpliendo con las características de la Transparencia Corporativa.

A continuación, en la Figura 4, se detallan las dimensiones, factores y variable contenidos en el ITC.

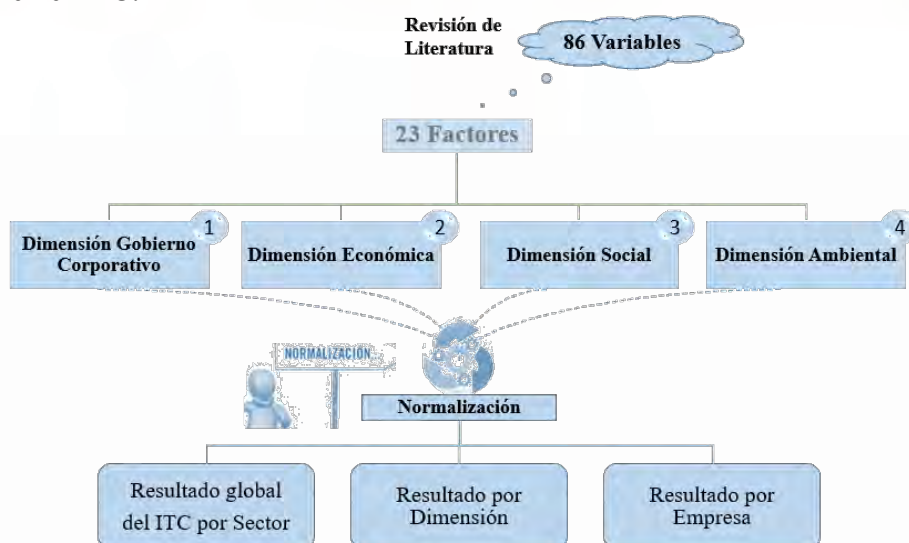


Figura 4. Modelo específico del ITC.

#### 4.4.1. Dimensiones

Las dimensiones son índices que forman el primer nivel del ITC, que agrupan componentes cuyos resultados reflejan el nivel de transparencia de la empresa evaluada. Las dimensiones que conforman el Índice de Transparencia Corporativa son: (a) Gobierno Corporativo, (b) económico, (c) social, (d) ambiental. En la Figura 5 se muestra las dimensiones del ITC propuesto.

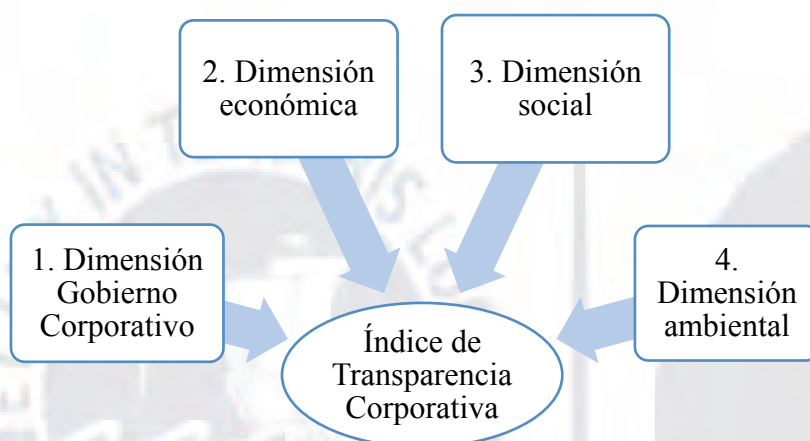


Figura 5. Dimensiones del Índice de Transparencia Corporativa (ITC).

#### 4.4.2. Factores y Variables

El índice está compuesto por dimensiones que a su vez se descomponen por factores y variables, cuyos resultados en su conjunto revelaran el ITC. La selección de los factores y variables se realizará considerando criterios que garanticen la legitimidad y solidez del ITC.

Los criterios son los siguientes:

- (i) Para la búsqueda de información de las variables se empleará como fuente la página web de las empresas; considerando sus enlaces. Internet es el medio de comunicación de bajo coste, oportuna y dinámica entre la empresa y sus grupos de interés (Briano y Lazaro, 2013).
- (ii) Se debe verificar que la información existente en la página web este actualizada, sin exceder los dos años de antigüedad.

(iii) La información recolectada de las variables es del periodo anual 2017.

En la Figura 6 se indican los factores que conforman la dimensión Gobierno Corporativo:

(a) perfil de la organización, (b) alcance geográfico, (c) corrupción, (d) grupo de interés, (e) concentración de la propiedad, (f) estructura y composición, (g) parámetros de la información.

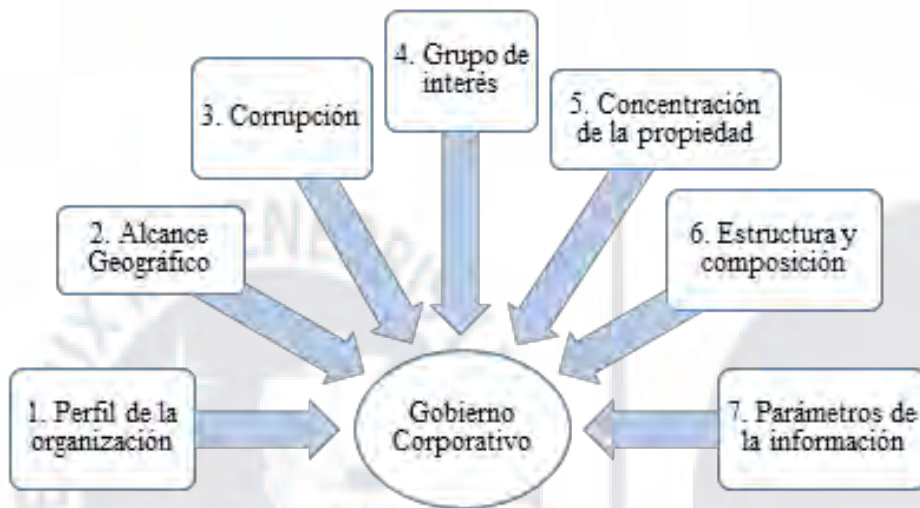


Figura 6. Factores de la dimensión Gobierno Corporativo.

En la Figura 7 se indican los factores que conforman la dimensión económica: (a) desempeño económico, (b) política contable, (c) información auditores, (d) proyección de inversiones.

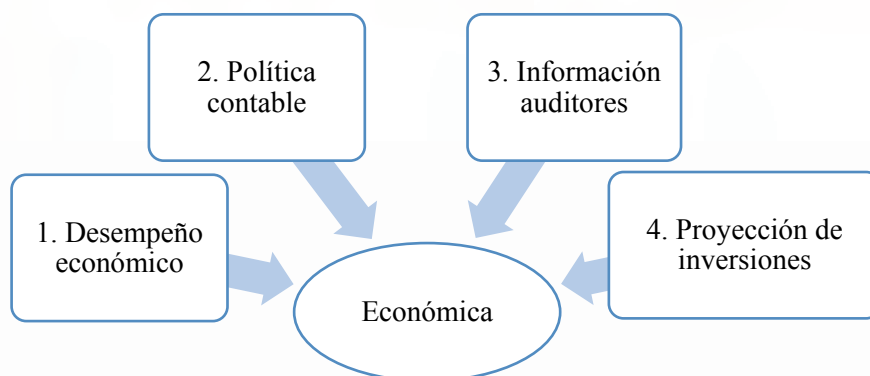


Figura 7. Factores de la dimensión económica.

En la Figura 8 se indican los factores que conforman la dimensión social: (a) recursos humanos, (b) seguridad y salud en el trabajo, (c) proveedores, (d) responsabilidad social, (e) clientes, (f) no discriminación.



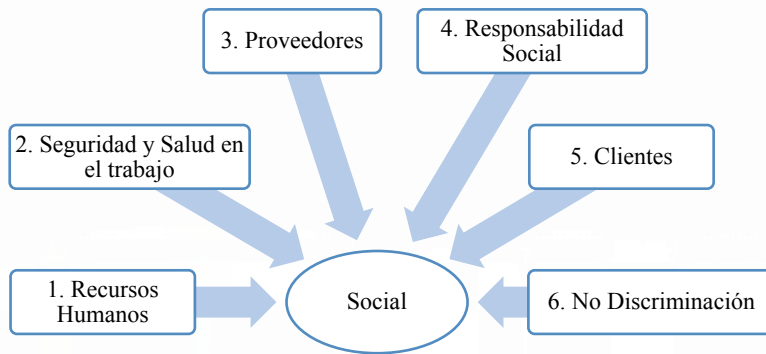


Figura 8. Factores de la dimensión social.

En la Figura 9 se indican los factores que conforman la dimensión ambiental los cuales son: (a) energía, (b) agua, (c) emisión de gases, (d) residuos sólidos, (f) impactos ambientales.

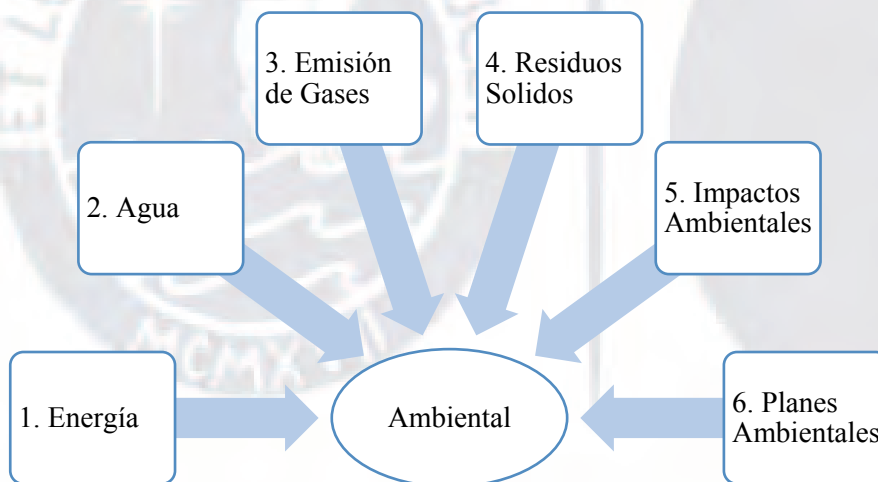


Figura 9. Factores de la dimensión ambiental.

Para la construcción del ITC se considera dos condiciones que deben conocerse: (a) definición específica de la variable que se quiere medir, (b) existencia de información confiable para poder realizar la medición. Al cumplir los dos requisitos garantizan obtener un indicador compuesto con *sustento conceptual* y *validez* respectivamente (Soto & Schuschny, 2009). Para cumplir con la primera condición; las variables del ITC se plantean como preguntas específicas que evitan errores de medición y para la segunda se considera confiable la información contenida en la página web de la empresa. Estas variables en su conjunto

forman los factores de medición que a su vez agrupadas conforman las dimensiones. En la Figura 10, se grafica las cuatro dimensiones con sus respectivos factores que conforman el ITC propuesto. Desde la Tabla 16 a la Tabla 19, se detallará cada factor y sus variables que lo conforman; indicando los criterios de ponderación y la fuente que sustenta su elección para este modelo.



Figura 10. Dimensiones y Factores del ITC.

Tabla 16

*Componentes de la Dimensión Gobierno Corporativo*

Factores	Variables	Ponderación	Tomado/Adaptado
1. Perfil de la organización (100%)	1. ¿Se brinda el nombre de la Organización?	13%	(Testera y Cabeza, 2013)
	2. ¿La empresa cuenta con una visión?	13%	(IdN, 2010)
	3. ¿La empresa cuenta con aun misión?	13%	(IdN, 2010)
	4. ¿Cuenta con la historia corporativa?	13%	(IdN, 2010)
	5. ¿Existe una declaración de los valores de la organización?	13%	(IdN, 2010)
	6. ¿Informa detalles de los productos o servicios producidos / proporcionados?	13%	(Cheung & Tan, 2010)
	7. ¿Existe declaración del máximo responsable acerca de la estrategia de la Organización?	13%	(Alcaraz et al., 2017)
	8. ¿Se han producido cambios relevantes en la estructura o tamaño de la entidad?	13%	(Alcaraz et al., 2017)
2. Alcance Geográfico (100%)	9. ¿Indica la Ubicación de la sede principal de la entidad?	50%	(Alcaraz et al., 2017)
	10. ¿Indica el número de países en los que desarrolla actividades significativas?	50%	(Alcaraz et al., 2017)
3. Corrupción (100%)	11. ¿Cuenta con una política anti corrupción?	100%	Trapero et al., 2014
4. Grupos de Interés (100%)	12. ¿Existen comités de empresa o representantes de los trabajadores?	33%	(Alcaraz et al., 2017)
	13. ¿Se incluyen a los grupos de interés en la información suministrada?	33%	(Alcaraz et al., 2017)
	14. ¿Se incluyen criterios de identificación y selección de los grupos de interés?	33%	(Alcaraz et al., 2017)
5. Concentración de la propiedad (100%)	15. ¿Se divulga los principales accionistas de la organización?	33%	(Patel et al., 2002)
	16. ¿Se revelan los accionistas que poseen más del 10, 5 o 3 por ciento?	33%	(Patel et al., 2002)
	17. ¿La compañía revela el porcentaje de propiedad cruzada?	33%	(Patel et al., 2002)
6. Estructura y composición (100%)	18. ¿Existen distintas áreas claramente definidas?	13%	(Alcaraz et al., 2017)
	19. ¿Existen responsables definidos por área?	13%	(Alcaraz et al., 2017)
	20. ¿Detalle sobre el presidente de directorio (aparte del nombre / título)?	13%	(Patel et al., 2002)
	21. ¿Hay detalles sobre los directores (aparte del nombre / título)?	13%	(Patel et al., 2002)
	22. ¿Se proporcionan detalles sobre el empleo actual / la posición de los directores?	13%	(Patel et al., 2002)
	23. ¿Detalles sobre el rol de la junta directiva en la empresa?	13%	(Patel et al., 2002)
	24. ¿Formulario de salarios de directores divulgados (efectivo, acciones, etc.)?	13%	Patel et al., 2002; Briano y Lázaro, 2013)
	25. ¿Se presenta la política de dividendos, proporcionando el monto y la explicación?	13%	Cheung y Tan (2010)
7. Parámetros de la Información (100%)	26. ¿Se indica el periodo que abarca la información suministrada?	33%	(Alcaraz et al., 2017)
	27. ¿Existe punto de contacto general para cuestiones relativas a la información suministrada?	33%	(Alcaraz et al., 2017)
	28. ¿Incluye la información suministrada datos de interés específico para proveedores y usuarios?	33%	(Alcaraz et al., 2017)

Tabla 17

*Componentes de la Dimensión Económica*

Factores	VARIABLES	Ponderación	Tomado/Adaptado
1. Desempeño Económico (100%)	1. ¿Cuenta con estados financieros auditados?	13%	(Cheung & Tan, 2010)
	2. ¿Cuenta con Informe anual?	13%	(Briano & Lázaro, 2013)
	3. ¿La empresa proporciona indicadores de eficiencia (ROA, ROE, etc.)?	13%	(Patel et al., 2002)
	4. ¿Indican Riesgos financieros futuros?	13%	(Alcaraz et al., 2017)
	5. ¿La compañía reporta provisiones de ganancias básicas de algún tipo? ¿En detalle?	13%	(Patel et al., 2002)
	6. ¿La empresa da características de los activos empleados?	13%	(Patel et al., 2002)
	7. ¿Presentan datos sobre subvenciones recibidas?	13%	(Alcaraz et al., 2017)
	8. ¿Informan sobre sus procesos administrativos sancionadores (PAS) y tributarios?	13%	(IMCP, 2017)
2. Política Contable (100%)	9. ¿La compañía divulga métodos de valoración de activos?	33%	(Patel et al., 2002)
	10. ¿La compañía produce estados financieros consolidados?	33%	(Patel et al., 2002)
	11. ¿La compañía divulga los estándares contables que utiliza para sus cuentas?	33%	(Patel et al., 2002)
3. Información Auditores (100%)	12. ¿La compañía revela el nombre de su firma de auditoría?	50%	(Patel et al., 2002)
	13. ¿Reproduce la empresa el informe de auditoría?	50%	(Patel et al., 2002)
4. Proyección de Inversiones (100%)	14. ¿Presenta datos de Inversión en nuevos proyectos?	100%	(Lara, 2005)

Tabla 18

*Componentes de la Dimensión Social*

Factores	Variables	Ponderación	Tomado/Adaptado
1. Recursos Humanos (100%)	1. ¿Proporcionan datos de Número de empleados?	13%	(Alcaraz et al., 2017)
	2. ¿Se detalla el número de empleados por contrato indefinido?	13%	García (2016)
	3. ¿Se detalla el número de empleados por contrato temporal?	13%	García (2016)
	4. ¿Presentas las ofertas de empleo de forma pública?	13%	(Alcaraz et al., 2017)
	5. ¿Revela las obligaciones de pensiones con los empleados?	13%	(Alcaraz et al., 2017)
	6. ¿Muestran los Indicadores de eficacia y eficiencia?	13%	(Alcaraz et al., 2017)
	7. ¿Existe un plan de capacitación de sus empleados?	13%	(Castillo, 2016)
	8. ¿Cuenta con una política de empleo local?	13%	(Salas & Diez, 2018)
2. Seguridad y Salud en el Trabajo (100%)	9. ¿Cuenta con una política de seguridad y salud?	33%	Perú (2012)
	10. ¿Cuenta con indicadores de seguridad y salud en le trabajo (# de accidentes, # de Incidentes etc.)?	33%	Placeres (2009)
	11. ¿Indican la Inversión en seguridad y salud laboral?	33%	Placeres (2009)
3. Proveedores (100%)	12. ¿Se detalla el número de proveedores?	25%	(Briano y Lázaro, 2013)
	13. ¿Es pública la oferta de servicios?	25%	(Alcaraz et al., 2017)
	14. ¿Presentan los Gastos en proveedores locales/Gasto total?	25%	(Alcaraz et al., 2017)
	15. ¿Cuenta con un proceso de homologación de proveedores?	25%	(Fernández, De Pablo, & Callejo, 2016)
	16. ¿Presentan su Política de responsabilidad social?	20%	(Echeverría, Abrego, & Medina, 2018)
4. Responsabilidad social (100%)	17. ¿Cuenta con un Comité de responsabilidad social?	20%	(Echeverría, Abrego, & Medina, 2018)
	18. ¿Existe un plan de Gestión de riesgos?	20%	(Echeverría, Abrego, & Medina, 2018)
	19. ¿Revela su plan de responsabilidad social?	20%	(Echeverría, Abrego, & Medina, 2018)
	20. ¿Indican la Inversión en desarrollo social?	20%	(Echeverría, Abrego, & Medina, 2018)
5. Clientes (100%)	21. ¿Revelan a sus principales clientes?	50%	(Puente & Lopez, 2017)
	22. ¿Muestra información sobre reclamos de clientes?	50%	(Puente & Lopez, 2017)
6. No Discriminación (100%)	23. ¿Incentiva la igualdad de oportunidades laborales?	100%	(Meza, 2018)

Tabla 19

*Componentes de la Dimensión Ambiental*

Factores	Variable	Ponderación	Tomado/Adaptado
1. Energía (100%)	1. ¿Revela el consumo directo de energía procedente de fuentes primarias?	25%	(Alcaraz et al., 2017)
	2. ¿Revela el consumo de energía intermedia?	25%	(Alcaraz et al., 2017)
	3. ¿Difunde las acciones llevadas a cabo para incrementar el ahorro de energía mediante conservación o mejoras en la eficiencia?	25%	(Alcaraz et al., 2017)
	4. ¿Se revelan las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas?	25%	(Alcaraz et al., 2017)
2. Agua (100%)	5. ¿Revela las distintas fuentes de captación de agua y el volumen por fuente?	33%	(Alcaraz et al., 2017)
	6. ¿Informa acerca del porcentaje y el volumen total de agua reciclada y reutilizada?	33%	(Alcaraz et al., 2017)
	7. ¿Proporciona información acerca de los vertidos y destino de las aguas residuales?	33%	(Alcaraz et al., 2017)
3. Emisión de Gases (100%)	8. ¿Informan sobre la Emisión de Gases?	33%	(Testera y Cabeza, 2013)
	9. ¿Revelan el origen de la emisión de gases?	33%	(Testera y Cabeza, 2013)
	10. ¿Se detalla las acciones llevadas a cabo para reducir la emisión de gases?	33%	(Gessa, Rabadán, & Jurado, 2009)
4. Residuos sólidos (100%)	11. ¿Informa sobre reciclado de insumos y otros productos?	33%	(Testera y Cabeza, 2013)
	12. ¿Informa la cantidad y tipo de residuos generados por la actividad?	33%	(Testera y Cabeza, 2013)
	13. ¿Se tienen identificados los impactos ambientales?	33%	(Suárez & Molina, 2014)
5. Impactos Ambientales (100%)	14. ¿Difunde las iniciativas llevadas a cabo para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios?	33%	(Alcaraz et al., 2017)
	15. ¿Revelan el grado de reducción de ese impacto?	33%	(Alcaraz et al., 2017)
	16. ¿Divulga reportes con su desempeño ambiental?	33%	(Alcaraz et al., 2017)
6. Planes Ambientales (100%)	17. ¿Difunde el programa o plan de gestión ambiental?	20%	(Suárez & Molina, 2014)
	18. ¿Revelan el plan de contingencias ambientales?	20%	(Suárez & Molina, 2014)
	19. ¿Revelan el plan de emergencias ambientales?	20%	(Suárez & Molina, 2014)
	20. ¿Revelan el Plan de Mitigación y adaptación al cambio climático?	20%	(Suárez & Molina, 2014)
	21. ¿Informa acerca del total y los tipos de gastos e inversiones ambientales?	20%	(Alcaraz et al., 2017)

**Recolección de datos.** Las fuentes de información utilizadas en el ITC son de fuentes secundarias únicas provenientes de la página web de la empresa.

#### 4.5. Normalización de Indicadores

Este proceso tiene como objetivo uniformizar los datos contenidos en ITC. La OCDE (2008) sugiere el empleo de tres métodos de normalización para normalizar variables cuantitativas y cualitativas: (a) re-escalamiento, (b) *ranking*, y (c) categorización de escalas (OCDE, 2008). Para el instrumento propuesto se empleará el método de re-escalamiento o también conocido como el método de mínimos y máximos. Esta metodología normaliza los indicadores en un rango de 0 y 1. La variable que obtenga un menor valor será valuada en 0 mientras que las de mayor valor serán valoradas con 1. Es necesario tener en cuenta que los valores extremos o atípicos pueden distorsionar el indicador (OECD, 2008).

Son dos los criterios para seleccionar el método de normalización: (a) capacidad para determinar el orden jerárquico de los resultados y (b) la capacidad de determinar la distancia relativa entre los resultados de las empresas analizadas. En la Tabla 20, se compara y analiza los tres métodos, observando que los métodos de ranking o método de categorización por escalas no satisfacen los requerimientos del índice ya que no determinan las distancias relativas.

Tabla 20

*Selección del método de Normalización para el Cálculo del ITC*

Métodos	Muestra el Orden Jerárquico	Muestra la Distancia Relativa
Re-escalamiento	X	X
Ranking	X	
Categorización de escalas	X	

#### 4.6. Método de Ponderación de Índice de Transparencia Corporativa

Existen tres técnicas de ponderación que se puede aplicar según el objetivo, las cuales son: (a) técnicas de ponderación equitativa, (b) técnicas de ponderaciones orientadas al uso de modelos estadísticos, y (c) métodos participativos (OCDE, 2008). Se descarta el método participativo, que asigna peso relativo de cada variable según la opinión de expertos, debido al error probable por sesgo al no existir consenso de la priorización de las variables sobre otras. El que mejor se ajusta para la ponderación del ITC es la metodología de ponderación equitativa. Esta metodología consiste en aplicar la misma ponderación a todas las variables, evitando la subjetividad en el modelo (ver Tabla 21); considerando que todas las dimensiones son igualmente prioritarias y están equilibradas (Soto & Schuschny, 2009).

Para el proceso de puntuación de cada dimensión se asigna una puntuación a cada una de las 86 variables. La puntuación puede ser 1 o 0; asignándole 1 cuando la información verificada haya sido encontrada dentro de la página web oficial de la empresa y puntuación 0 en caso no se encuentre la información. Luego se realizará el conteo de puntos de cada dimensión multiplicándolos por su ponderación de cada factor. Por último, se realizará la suma de las ponderaciones y se obtendrá el ITC.

Tabla 21

##### *Ponderaciones de Dimensiones y Factores*

Dimensión	Peso	Nº Factores	Peso por Factor
Gobierno Corporativo	25%	7	14%
Económico	25%	4	25%
Social	25%	6	17%
Ambiental	25%	6	17%

#### 4.7. Escalamiento de Resultados del Índice de Transparencia Corporativa

Para el proceso de escalamiento de resultados del ITC se asignará el puntaje numérico de 0 a 100 puestos, este resultado será clasificando en cinco categorías o segmentos en donde



el puntaje 100 es el más alto y 0 es el más bajo. Las escalas serán divididas en cinco las cuales se detallan en la Figura 11, contribuyendo así al fácil entendimiento de los resultados.

Nivel de Transparencia	Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
Puntaje de ITC	85-100	70-84	50-69	25-49	0-24

Figura 11. Escalamiento del ITC

#### 4.8. Validación del Instrumento de Transparencia Corporativa.

En lo que respecta a la validación de las variables del ITC, se recurrió a la metodología de juicio de expertos. Para ello se ha realizado entrevistas estructuradas, donde las preguntas han sido desarrolladas con el objetivo de obtener información de calidad que contribuya al desarrollo del modelo de medición de ITC (Méndez, 2001). De las tres entrevistas realizadas, a expertos del sector minero; todos definen a la Transparencia Corporativa como un valor del Gobierno Corporativo que genera confianza a sus *stakeholders*. Siendo los grupos de interés más relevantes la comunidad aledaña, dentro del área de influencia social directa (AISD), representada por sus directivos, autoridades locales distritales, provincial y regional, fundamentando que son ellos al final de cuentas los que por antecedentes han paralizado proyectos mineros en marcha (citando ejemplos de proyectos Tía María, Conga, entre otros).

Con respecto al instrumento de medición de la Transparencia Corporativa, señalaron que ayudará a la toma de decisiones de los directivos en función a los resultados, pues debe medir el desempeño ambiental, económico y social; puntualizando que los atributos más relevantes que debe medir el instrumento son: (a) desempeño ambiental, del cual la gestión del agua es el más relevante; (b) en lo social, la generación del empleo local generado que incluye a proveedores locales y su influencia en el desarrollo económico de las comunidades son los más relevantes; (c) informar los montos de gastos en proyectos sociales bajo un enfoque de valor compartido; (d) y el aporte al canon minero a través de los impuestos.

#### 4.9. Resumen

De la investigación se logró obtener un concepto de la Transparencia Corporativa y basado en la metodología de la OCDE para la construcción de un indicador compuesto se propone un nuevo modelo ITC, que comprende cuatro dimensiones: (a) dimensión Gobierno Corporativo, compuesta por siete factores y 28 variables; (b) dimensión económica, compuesto por cuatro factores y 14 variables; (c) dimensión social compuesto por seis factores y 23 variables; y (d) dimensión ambiental compuesto por seis factores y 21 variables. Cada variable se plantea como pregunta específica de lo que se quiere medir y la información confiable se obtendrá de la página web de la empresa que es una práctica que ha sido aplicada en los modelos evaluados. El método de ponderación empleado es la equiproporcional o equitativa para eliminar la subjetividad del modelo. Luego se clasifica los resultados del ITC en una escala de cinco segmentos para facilidad del entendimiento. Finalmente debido a que no se cuenta un ITC que haya sido validado en el Perú, se ha recurrido al juicio de expertos para que a través de su experiencia se puede dar robustez a este índice.

## Capítulo V: Aplicación del Índice de Transparencia Corporativa al Sector Minero

En este capítulo se aplica el modelo de ITC en el sector minero en el Perú. El análisis de resultados consiste en la clasificación de los resultados de forma gráfica, que permitan obtener una interpretación de los valores obtenidos en cada dimensión y factores que componen el ITC propuesto y con ello poder detectar las brechas de cada empresa para mejorar sus indicadores.

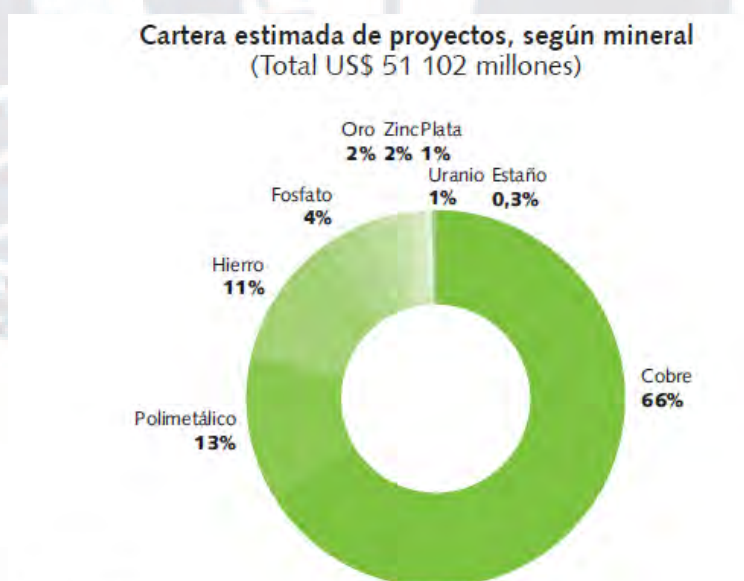
### 5.1. Análisis del Sector Minero Peruano

El sector minero en el Perú es líder en la producción de metales en latinoamericana y el mundo; siendo el segundo productor de cobre, plata y zinc a nivel mundial. En América Latina, ocupa el primer lugar en la producción de oro, zinc y plomo. Este sector en el 2017 presentó una tasa de crecimiento de producción moderada (+3,9%), resaltando su incremento en la mayor producción en los metales de hierro (+12.3%), zinc (+10.6%), cobre (+3.6%) respecto al 2016, como resultado de las inversiones realizadas en los últimos años, y que implicaron la ejecución de proyectos nuevos, las que han permitido el crecimiento (SNMPE, 2018). Por otro lado, las cotizaciones internacionales mostraron una tendencia positiva durante el 2017, con mayor crecimiento en el zinc (+38,4), seguido del cobre (+ 26,8%) principalmente. Estos resultados impulsaron que las inversiones en minería revirtieran la tendencia negativa observada desde el 2013, incrementándose las inversiones mineras (+14%) respecto al 2016, también se dio el incremento por segundo año consecutivo en las exportaciones mineras (+26%) y una mayor transferencia (+23%) en el canon minero y regalías (SNMPE, 2018).

El aporte de la minería representa un pilar de la economía peruana, contribuyendo en un 10% del PBI en el 2017, siendo también el mayor generador de divisas; considerando que, del total de exportaciones peruanas (ver Figura 13), el sector minero representó en el 2017 el 61% (SNMPE, 2018). La minería también representa más del 50% de la inversión privada en

el país, proyectándose para el periodo 2019-2020 valores de 9.8 mil millones de dólares en ampliaciones y construcción de minas (BCR, 2017).

Proyecciones de crecimiento del sector minero. Se estima el crecimiento de producción en el 2019 y 2020, por el aumento en la producción de cobre por el inicio de operaciones de la ampliación de Toquepala de Southern y en la producción de hierro por la ampliación de Shougang; seguido por la entrada en operación de la ampliación de Toromocho en el 2020 (BCR, 2017). El principal metal de exportación que viene incrementándose es el cobre que representó el 51% de las exportaciones mineras y según el Ministerio de Energía y Minas (MINEM) se tiene registrada una cartera de proyectos mineros valorizada en US\$ 51 mil millones (48 proyectos), donde el cobre abarca 24 proyectos y el 66% del monto estimado (ver Figura 12).



Fuente: MEM

*Figura 12.* Cartera de proyectos mineros (al 2017)

Tomado de “Memoria anual 2017”, por Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía (<http://www.snmpe.org.pe/informes-y-publicaciones/memorias-institucionales.html>)

### Exportación de minerales (US\$ millones)

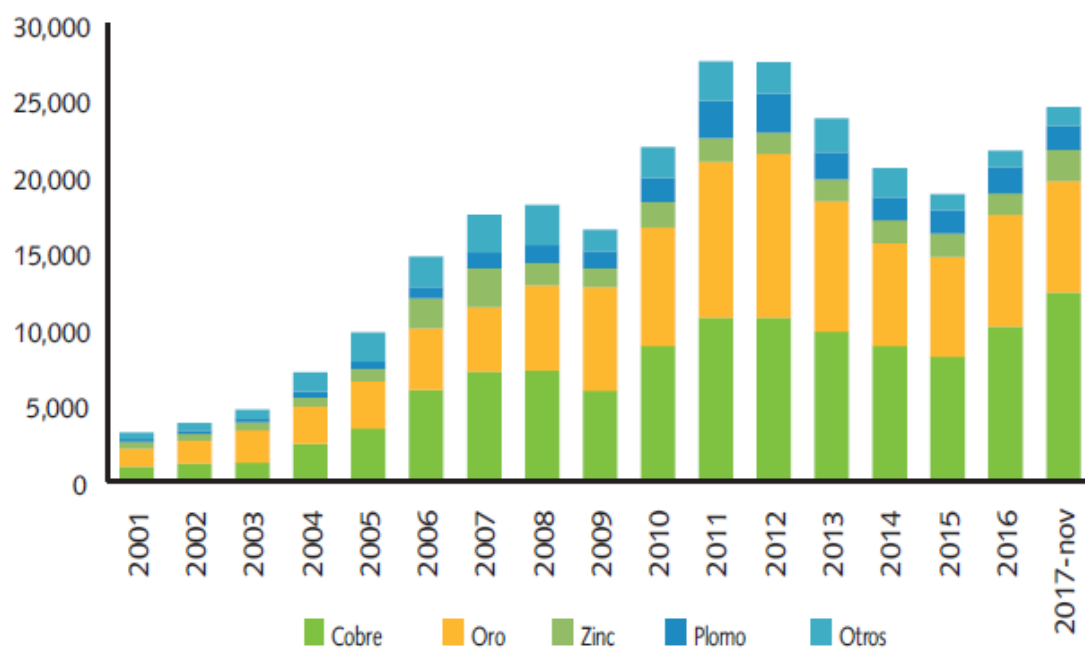


Figura 13. Evolución de las exportaciones del sector minero.

Tomado de “Memoria anual 2017”, por Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía (<http://www.snmpe.org.pe/informes-y-publicaciones/memorias-institucionales.html>)

## 5.2. Población Objetivo

Para fines de este estudio la población seleccionada consiste en todas las empresas mineras asociadas a la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía (SNMPE), que tienen operaciones en nuestro país; el cual tiene afiliados a 49 empresas categorizadas por su tamaño de producción diaria según la ley general de minería. En la Tabla 22 se detalla la clasificación de las empresas de acuerdo con la ley general de minería.

Tabla 22

### Clasificación de Empresas Mineras

Tipos de Minería	Tamaño de la concesión (Hectáreas)	Capacidad productiva diaria (toneladas métricas)
Gran Minería	No aplica	Mayor a 5,000
Mediana Minería	No aplica	Más de 350 hasta 5,000
Pequeña Minería	Hasta 2,000	Más de 25 hasta 350
Minería Artesanal	Hasta 1,000	Menor o igual a 25

Fuente: T.U.O. Ley General de Minería/D.D. N° 002-91-EM-DGM

### 5.3. Determinación de la Muestra

Los criterios utilizados para la selección de la muestra consisten en que las empresas mineras se encuentren asociadas a la SNMPE y estén actualmente en actividad económica.

En vista que la muestra es de tipo no probabilística, se seleccionaron a las ocho empresas mineras de los cuales cuatro pertenezcan a la gran minería y cuatro a la mediana minería, los cuales son líderes en la producción nacional (ver Figura 14). En la Tabla 23 se indica el aporte porcentual de producción de cada empresa según el metal; y en la Tabla 24 se indica el ranking que ocupa la empresa en la producción nacional.

Tabla 23

#### *Aporte de Producción por Minas y por tipo de Metal*

Empresa Minera	Cobre	Zinc	Plomo	Plata	Oro	Estaño	Molibdeno
Compañía de Minas Buenaventura S.A.A.			11%	17%	6%		
Compañía Minera Poderosa S.A.					5%		
Volcan Compañía Minera S.A.A.		17%	16%	10%			
Minsur S.A.						100%	
Southern Perú Copper Corporation	13%						25%
Minera Yanacocha S.R.L.					11%		
Minera Las Bambas S.A.	19%						5%
Compañía Minera Antamina S.A.	18%	26%		14%			28%
Otros	50%	57%	73%	59%	78%	0%	42%
Totales	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

*Nota.* Adaptado de “Anuario minero 2017”, por el Ministerio de Energía y Minas (MINEM,2018). (<https://www.gob.pe/institucion/minem/informes-publicaciones/112024-anuario-minero-2017>)

Tabla 24

*Ranking de Aporte de Producción por Minas y por tipo de Metal en el Perú.*

Empresa Minera	Cobre	Zinc	Plomo	Plata	Oro	Estaño	Molibdeno
Compañía de Minas Buenaventura S.A.A.			2°	1°	3°		
Compañía Minera Poderosa S.A.					5°		
Volcan Compañía Minera S.A.A.		2°	1°	4°			
Minsur S.A.						1°	
Southern Perú Copper Corporation	4°						2°
Minera Yanacocha S.R.L.					1°		
Minera Las Bambas S.A.	1°						5°
Compañía Minera Antamina S.A.	2°	1°		2°			3°

*Nota.* Adaptado de “Anuario minero 2017”, por el Ministerio de Energía y Minas (MINEM,2018).  
(<https://www.gob.pe/institucion/minem/informes-publicaciones/112024-anuario-minero-2017>)



*Figura 14.* Empresas mineras clasificadas según su tamaño de producción diaria.

#### **5.4. Recolección de Datos**

La internet ha sido aceptado y considerado como el medio principal para la diseminación de información por su bajo costo y efectividad que permite la comunicación entre las empresas y sus grupos de interés (Briano & Lázaro, 2013). Por lo tanto, la recopilación de la información que fue utilizada para la evaluación de las variables se desarrolló mediante la búsqueda en los sitios web oficial de las empresas. Para el proceso de medición de cada dimensión se asigna una puntuación a cada una de las 86 variables. La puntuación puede ser 1 o 0; asignándole 1 cuando la información verificada haya sido encontrada dentro de la página web oficial de la empresa y puntuación 0 en caso no se encuentre la información.

#### **5.5. Resultados del Índice de Transparencia Corporativa del Sector Minero**

En esta parte se evaluarán los resultados obtenidos luego de aplicar el ITC en el sector seleccionado, basándose: (a) resultados globales del sector; (b) resultados por dimensión y factor; y (c) resultados por empresa. El detalle de la evaluación a cada empresa se encuentra en el Apéndice D.

#### **5.6. Resultado Global del ITC del Sector Minero**

Luego de aplicar el ITC a la muestra de ocho empresas en el sector minero, se obtuvo un resultado de 60 puntos de 100, que representa un nivel medio de nivel de Transparencia Corporativa. Adicional a ello, dentro de las dimensiones que componen el ITC se obtuvieron los siguientes resultados: Gobierno Corporativo 76 puntos, económico 62 puntos, social 51 puntos y ambiental 52 puntos; los detalles se muestran en la Figura 15.

Las dimensiones social y ambiental son las que tienen menor puntuación. Sin el principio de desarrollo sostenible las dimensiones sociales y ambientales siempre ocuparán el segundo lugar; prevaleciendo solo la dimensión económica en los objetivos de desempeño (Marquina, 2016). Las empresas mineras tienen un mejor desempeño en divulgar información



de su Gobierno Corporativo e información financiera y contable, debido a las exigencias regulatorias que obligan a difundir información para estas dimensiones. El fortalecimiento del sistema legal influye en un mayor nivel de Transparencia Corporativa (Briano & Lázaro, 2017).

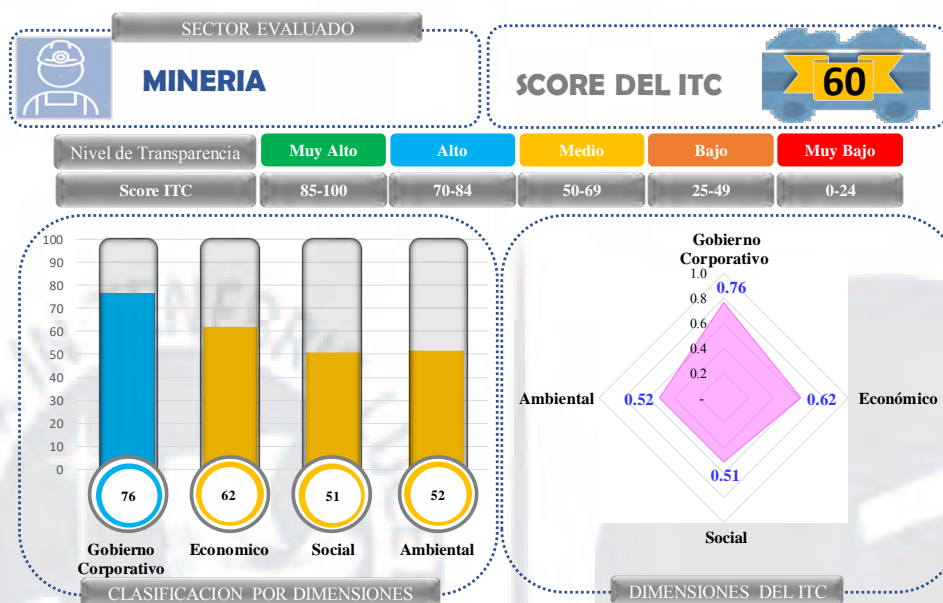


Figura 15. Resultado global del ITC aplicado al sector minería.

### 5.7. Resultados del ITC por Dimensiones del Sector Minero

**Dimensión Gobierno Corporativo.** El sector alcanzó 76 puntos de un total de 100, en la dimensión de Gobierno Corporativo, siendo la de mayor puntaje respecto al resto de dimensiones. Los resultados de los siete factores evaluados fueron: perfil de la organización (95), alcance geográfico (88), política anticorrupción (63), grupos de interés (71), concentración de propiedad (56) y los parámetros de la información (75) (ver Apéndice D1). El factor de menor transparencia es la de estructura y composición y política anticorrupción (ver Figura 16).

En el factor de estructura y composición, las empresas no divulgan su política de dividendo, tampoco se muestra las hojas de vida de los directores y no se informa los salarios de los directores.

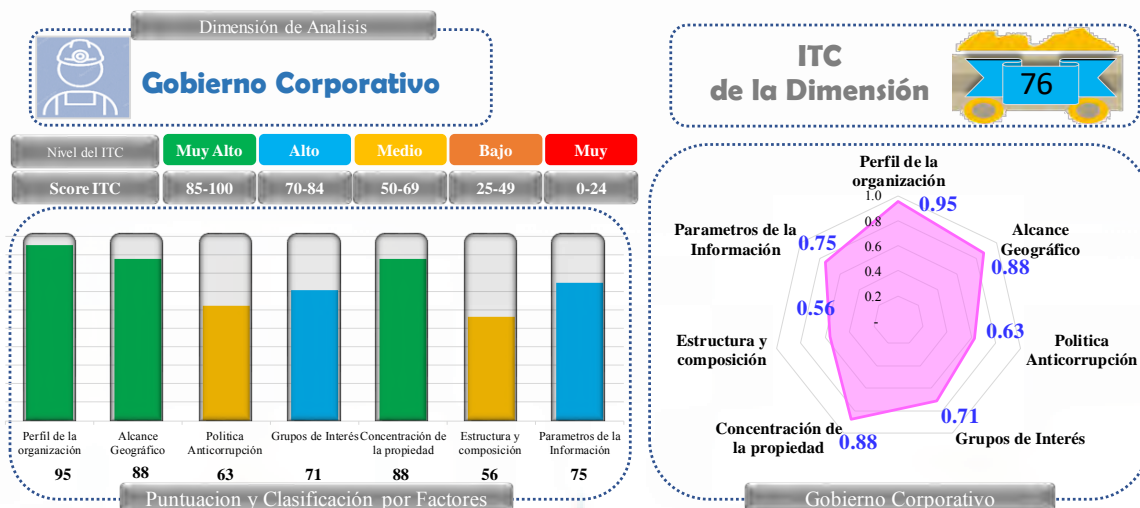


Figura 16. Resultado de la dimensión Gobierno Corporativo

**Dimensión Económica.** El sector alcanzó 62 puntos de un total de 100. Está compuesto por cuatros factores también evaluados: desempeño económico (42), información de auditores (69), política contable (63), proyección de inversiones (75). El factor de menor transparencia es el desempeño económico básicamente en las minas de gran minería (ver Apéndice D2) ya que no revela información de indicadores financieros, no difunde sobre procesos administrativos sancionadores (PAS) y tributarios, no difunde los riesgos financieros futuros, entre otros. (ver Figura 17).

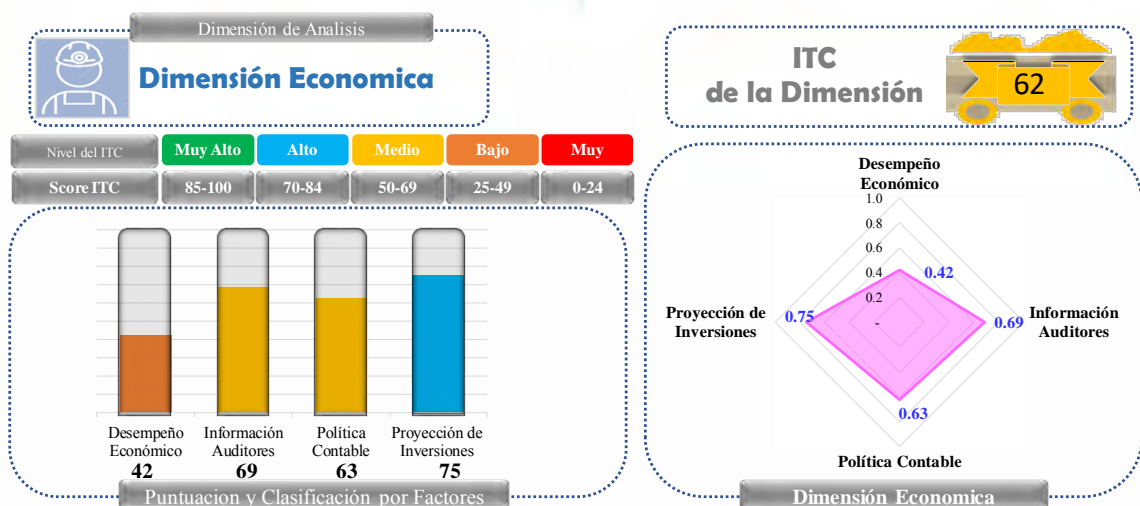


Figura 17. Resultado de la dimensión Económica.

**Dimensión Social.** El sector alcanzó 51 puntos de un total de 100. Está compuesto por 6 factores también evaluados: no discriminación (50), clientes (31), proveedores (50), recursos humanos (70), responsabilidad social (50) y seguridad y salud en el trabajo (54). El factor de menor difusión es el de clientes, ya que no se revela quienes son sus principales clientes, no se difunde la existencia de reclamos de clientes; por otro el factor de responsabilidad social solo llega a 50 puntos, debido a que no se revela una política, planes e inversiones en responsabilidad social (ver Apéndice D3). Esta dimensión social es la de menor puntaje, en todos sus factores a excepción del factor recurso humano (ver Figura 18).

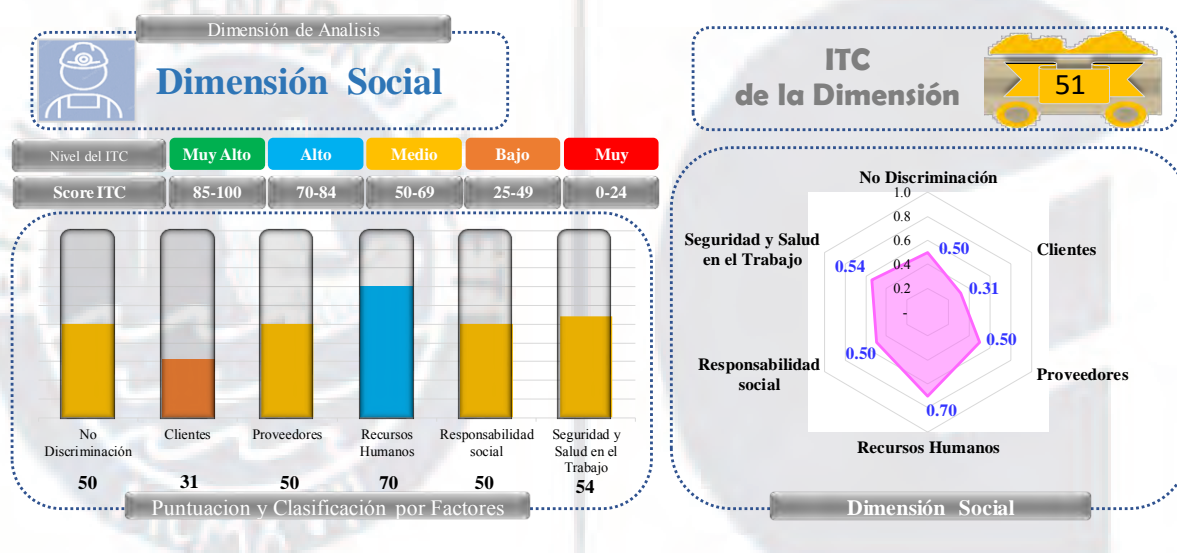


Figura 18. Resultado de la dimensión Social.

**Dimensión Ambiental.** El sector alcanzó 52 puntos de un total de 100. Está compuesto por 6 factores también evaluados: agua (88), emisión de gases (50), energía (72), impactos ambientales (25), planes ambientales (13) y residuos sólidos (63). Los factores de menor difusión es el de impactos ambientales y difusión de planes ambientales, ya que no se revela, no difunde reportes con su desempeño ambiental, débil difusión del total y los tipos de gastos e inversiones ambientales (ver Apéndice D4). El factor del agua es la que mayor difusión presenta (ver Figura 19).

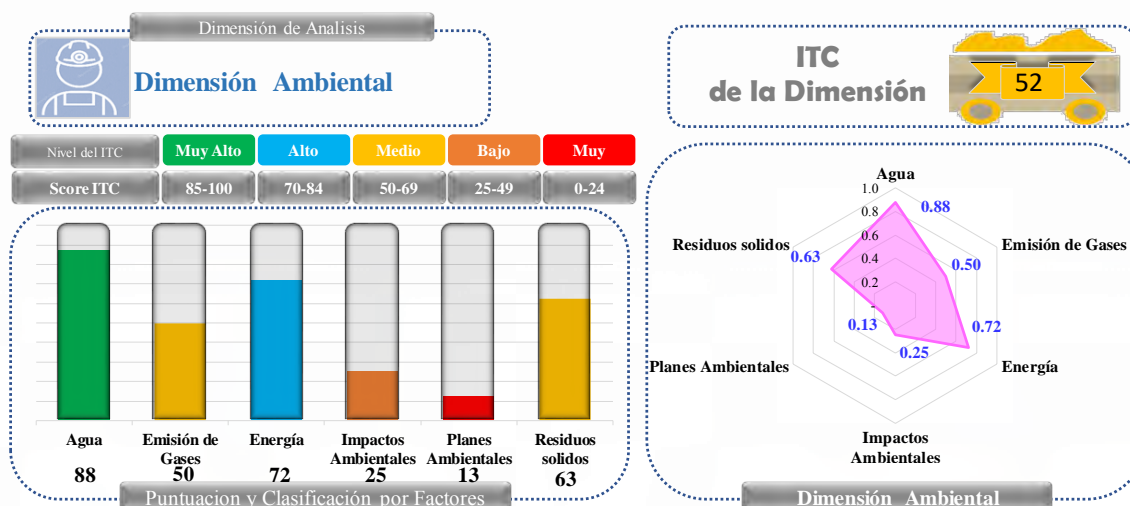


Figura 19. Resultado de la dimensión Ambiental.

### 5.8. Resultados del ITC por empresa minera

Los resultados obtenidos del ITC aplicados a la industria minera muestran que la empresa Southern Perú tiene mayor puntuación en cuanto a Transparencia Corporativa con 78 puntos, mientras que la empresa las Bambas evidencia la más baja puntuación de 43. La diferencia de 34 puntos entre estas empresas es debido a la brecha existente sobre todo en las dimensiones de Gobierno Corporativo, económico y social del ITC (ver Figura 20).

En la dimensión de Gobierno Corporativo lo lidera con 95 puntos la empresa Southern Perú, seguido de la empresa Yanacocha (88) y Minsur (87); alcanzando un nivel muy alto de Transparencia Corporativa. Por el contrario, el puntaje más bajo es de Las Bambas con 45 puntos. El resto de las empresas están en un nivel medio (Poderosa) a alto (Buenaventura, Volcán, Antamina).

En la dimensión económica, se evidencia un bajo nivel de transparencia en la gran minería a excepción de Southern Perú (88). Las tres empresas de la gran minería: Antamina (0), Yanacocha (28) y las Bambas (35) reflejan claramente una baja difusión de información en la dimensión económica. En las empresas de mediana minería los resultados son contundentemente de nivel alto a muy alto de transparencia en la dimensión económica: Buenaventura (97), Poderosa (85), Volcan (91) y Minsur (73). La brecha entre las empresas

de menor puntaje y de alto puntaje se da en los factores desempeño económico, información Auditores y política Contable; resaltando la escasa difusión de información de indicadores financieros, no informa sobre procesos administrativos sancionadores (PAS) y tributarios, no revela los riesgos financieros futuros, no indica firmas de auditoría financiera.

En relación a la dimensión social, las empresas Volcán (74), Antamina (74) y Yanacocha (70) evidencia un nivel alto de transparencia. Mientras que las cinco empresas restantes tienen un nivel bajo de transparencia (menor a 50), resaltando la empresa Minsur (17) la de menor puntaje. Las razones principales del bajo puntaje es la escasa información de sus principales clientes, no muestra información sobre reclamos de clientes, no revela las obligaciones de pensiones con los empleados, no se evidencia su Política de responsabilidad social, no informan sobre la Inversión en seguridad y salud laboral y tampoco se evidencia una política de seguridad y salud.

En la dimensión ambiental, en esta dimensión destacan la empresa Poderosa (81) y Southern Perú (79) las empresas de nivel muy alto en transparencia, en contraste con las empresas Buenaventura (11) y Volcán (39) que tienen los más bajos puntajes en esta dimensión ambiental. Los de menor puntaje tienen una escasa difusión de información en los seis factores que componen la dimensión ambiental.

A continuación, se detalla los resultados desagregados por empresa (ver Figura 20).

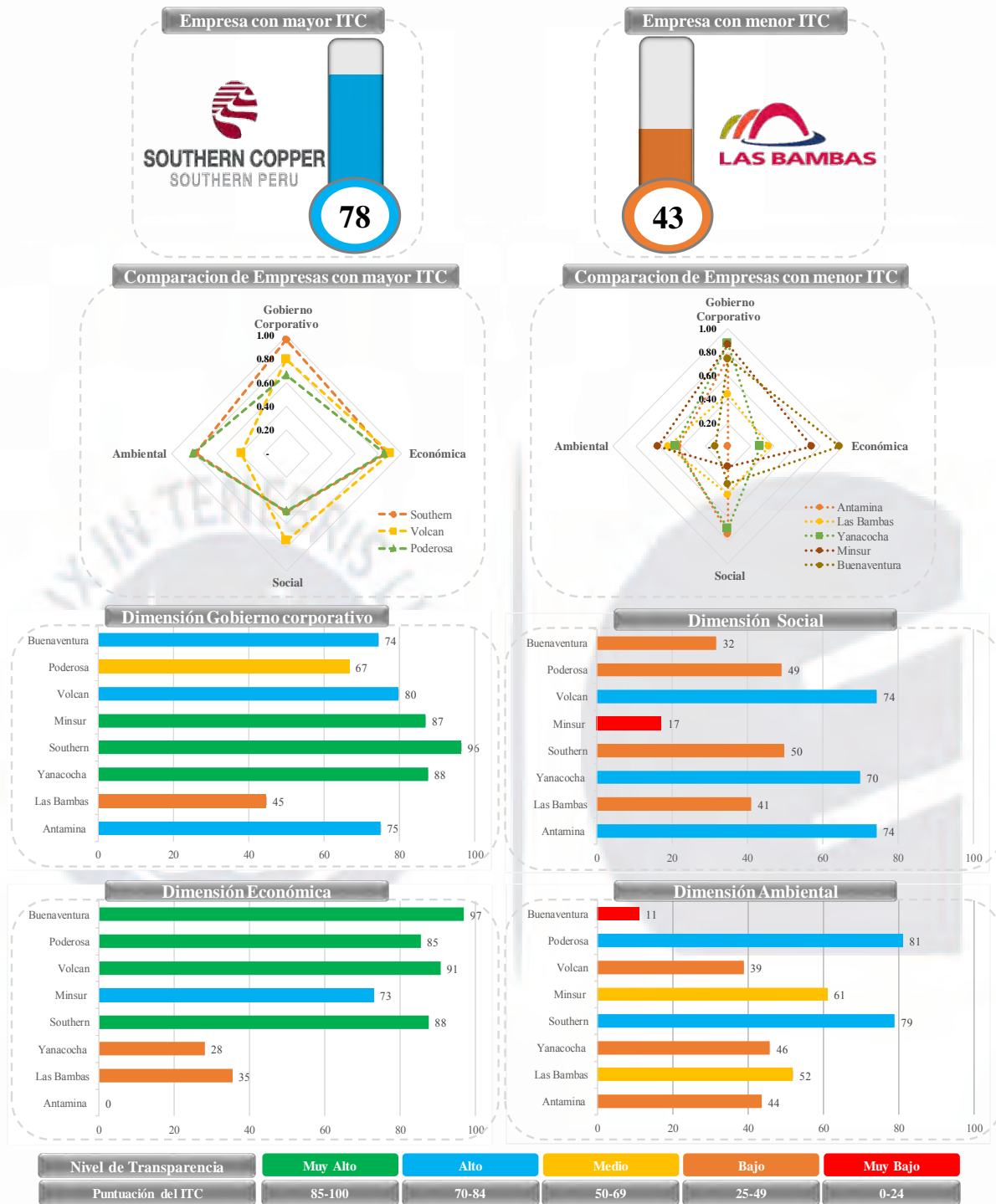


Figura 20. Resultados comparativos del ITC por empresa del sector minero

**Buenaventura.** A continuación, se detallan los resultados obtenidos en las cuatro dimensiones que integran el ITC. Buenaventura alcanzó 54 puntos de un total de 100, que corresponde a un nivel medio de Transparencia Corporativa, donde las dimensiones de Gobierno Corporativo (74) y económico (97) evidencian las más altas calificaciones, pero en la dimensión social (32) y la ambiental (11) evidencia un bajo a muy bajo nivel de transparencia (ver Figura 21).

En la dimensión ambiental con 11 puntos de 100, resalta la nula información en los factores de emisión de gases, energía, impactos ambientales, planes ambientales (ver Figura 22). En la dimensión social, no presenta información sobre clientes, no muestra información sobre reclamos de clientes, no revela las obligaciones de pensiones con los empleados, no se evidencia su política de responsabilidad social, no informan sobre la inversión en seguridad y salud laboral y tampoco se evidencia una política de seguridad y salud (ver Apéndice D3).

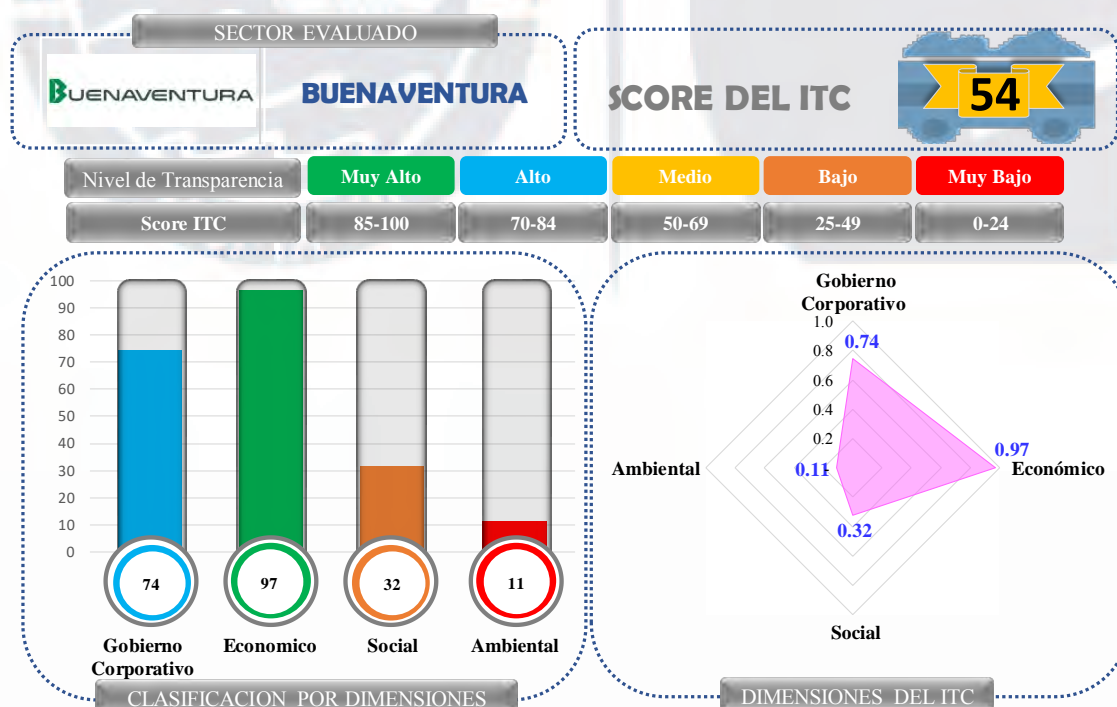


Figura 21. Resultado del ITC aplicado a Buenaventura.

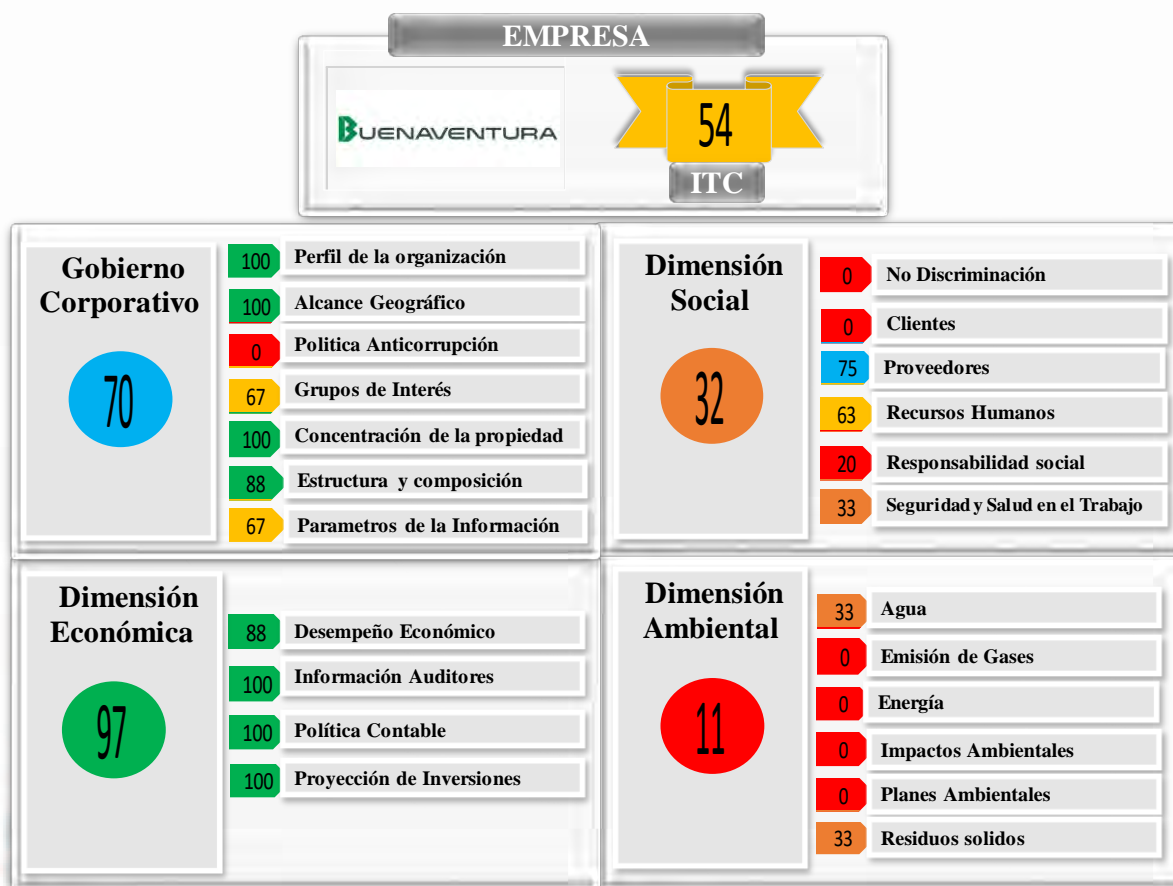


Figura 22. Resultado de dimensiones y factores para la empresa Buenaventura

**Poderosa.** A continuación, se detallan los resultados obtenidos en las cuatro dimensiones que integran el ITC. Poderosa alcanzó 71 puntos de un total de 100, que corresponde a un nivel alto de Transparencia Corporativa, donde las dimensiones de gobierno económico (85) y ambiental (81) evidencian las más altas calificaciones, pero en la dimensión social (32) presenta un bajo desempeño, finalmente en la dimensión de Gobierno Corporativo (67) tiene un nivel medio (ver Figura 23).

En la dimensión social con 49 puntos de 100, resalta la muy baja difusión en el factor de responsabilidad social, donde no brinda información sobre su política, inversiones y planes de desarrollo social. (ver Figura 24, Apéndice D3). Su mayor desempeño es la alta transparencias en la dimensión ambiental (81) donde resalta la muy alta difusión (100) en los factores agua, emisión de gases, energía y residuos sólidos (ver Figura 24).



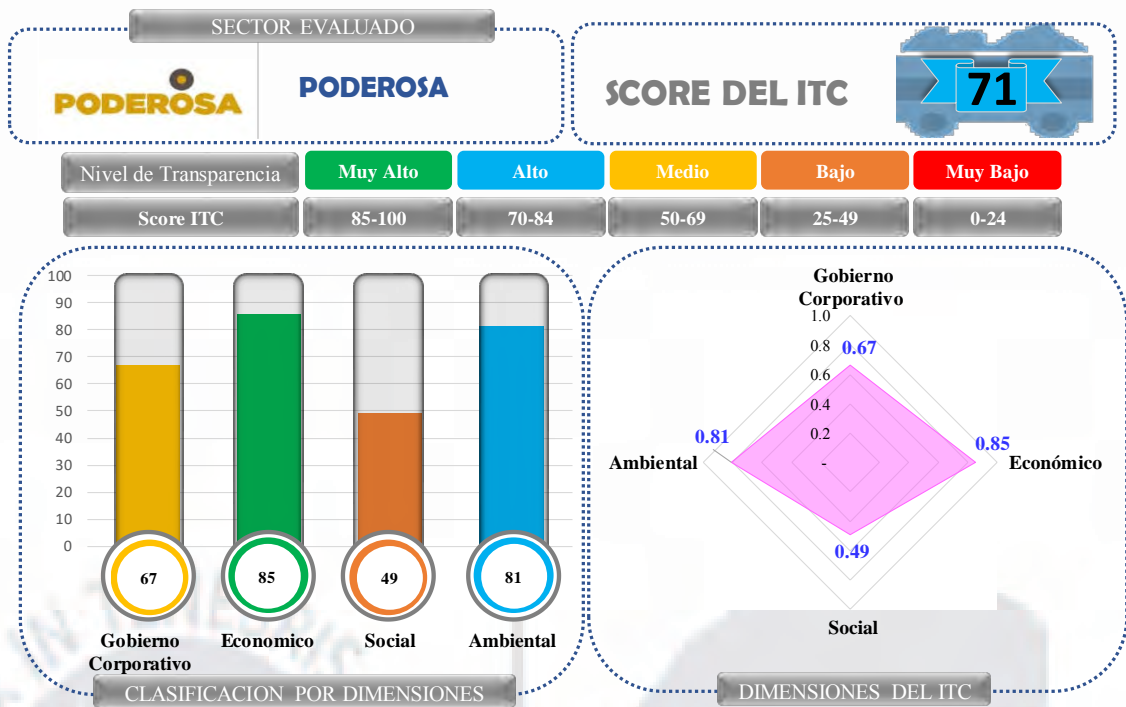


Figura 23. Resultado del ITC aplicado a mina Poderosa.



Figura 24. Resultado de dimensiones y factores para la empresa minera Poderosa.

**Volcan.** A continuación, se detallan los resultados obtenidos en las cuatro dimensiones que integran el ITC. Volcán alcanzó 71 puntos de un total de 100, que corresponde a un nivel alto de Transparencia Corporativa, donde las dimensiones de Gobierno Corporativo (80), económico (91) y social (74) evidencian las más altas calificaciones, pero en la dimensión ambiental (39) presenta un bajo desempeño (ver Figura 25).

En la dimensión ambiental con 39 puntos de 100, resalta la nula difusión en el factor de emisión de gases, impactos ambientales y planes ambientales (ver Figura 25). No brinda información sobre su desempeño ambiental, no difunde su plan de gestión ambiental, no informa los gastos e inversiones ambientales entre otros. (ver Apéndice D4). A pesar del bajo desempeño en la transparencia de la dimensión ambiental, su desempeño global es alto debido a los altos niveles de transparencia en las otras dimensiones (ver Figura 26).

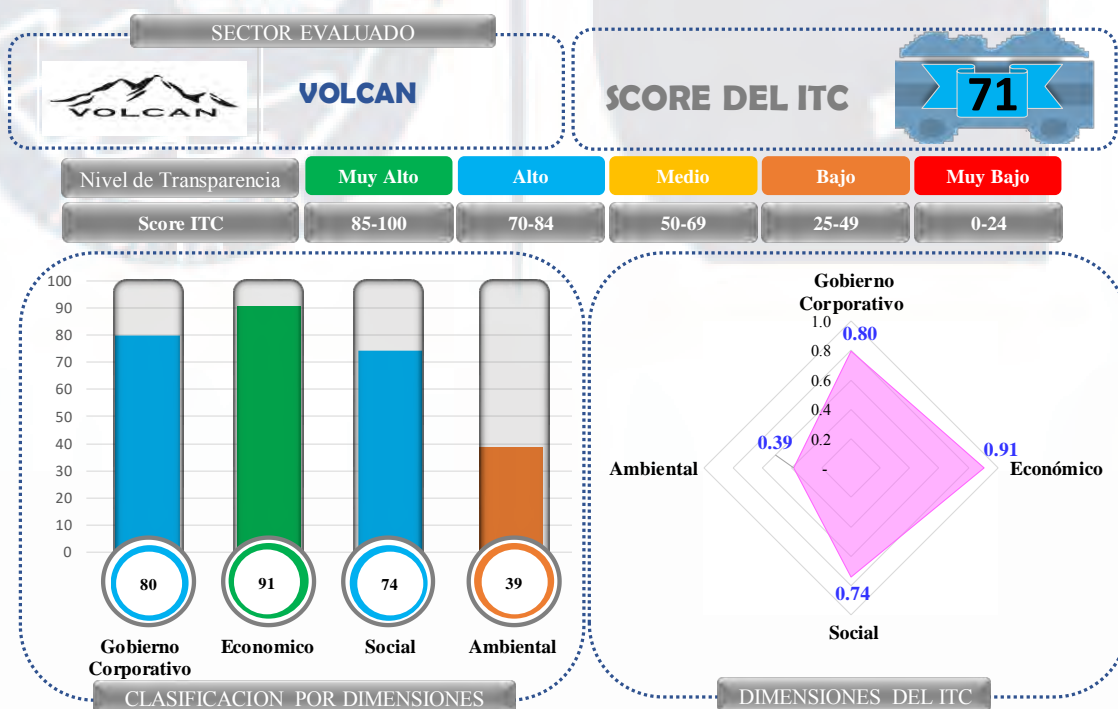


Figura 25. Resultado del ITC aplicado a empresa minera Volcan

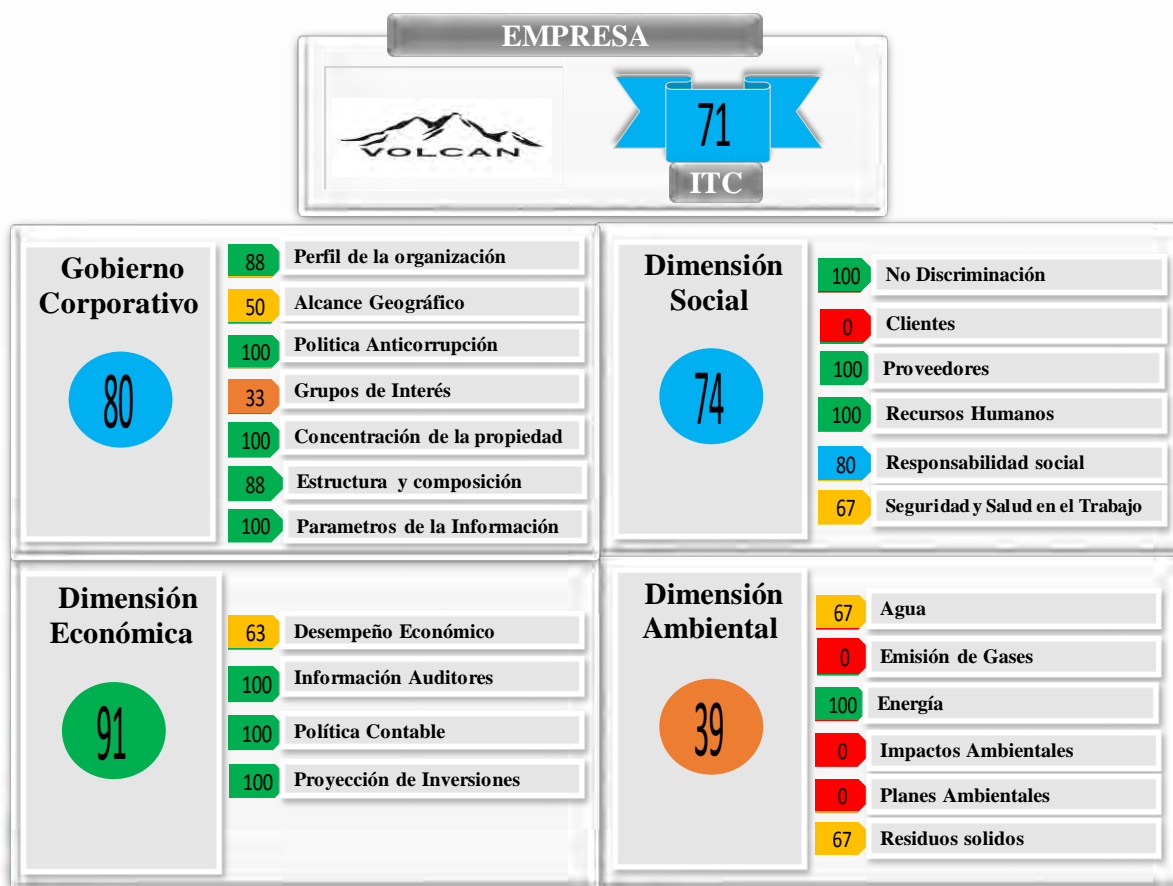


Figura 26. Resultado de dimensiones y factores para la empresa minera Volcán

**Minsur.** A continuación, se detallan los resultados obtenidos en las cuatro dimensiones que integran el ITC. Minsur alcanzó 60 puntos de un total de 100, que corresponde a un nivel medio de Transparencia Corporativa, donde las dimensiones de Gobierno Corporativo (87) y económico (73) evidencian las más altas calificaciones, en contraste a la muy baja calificación en la dimensión social (17); mientras que la dimensión social (61) tienen un nivel medio de transparencia (ver Figura 27).

En la dimensión social con solo 17 puntos de 100, resalta la nula difusión en el factor de No discriminación, clientes, proveedores y casi nulo en responsabilidad social (ver Figura 28). Se resalta la no difusión sobre las inversiones y planes de desarrollo social, no presenta información sobre clientes, no revela las obligaciones de pensiones con los empleados, no informan sobre la inversión en seguridad y salud laboral y tampoco se evidencia una política

de seguridad y salud (ver Apéndice D3).

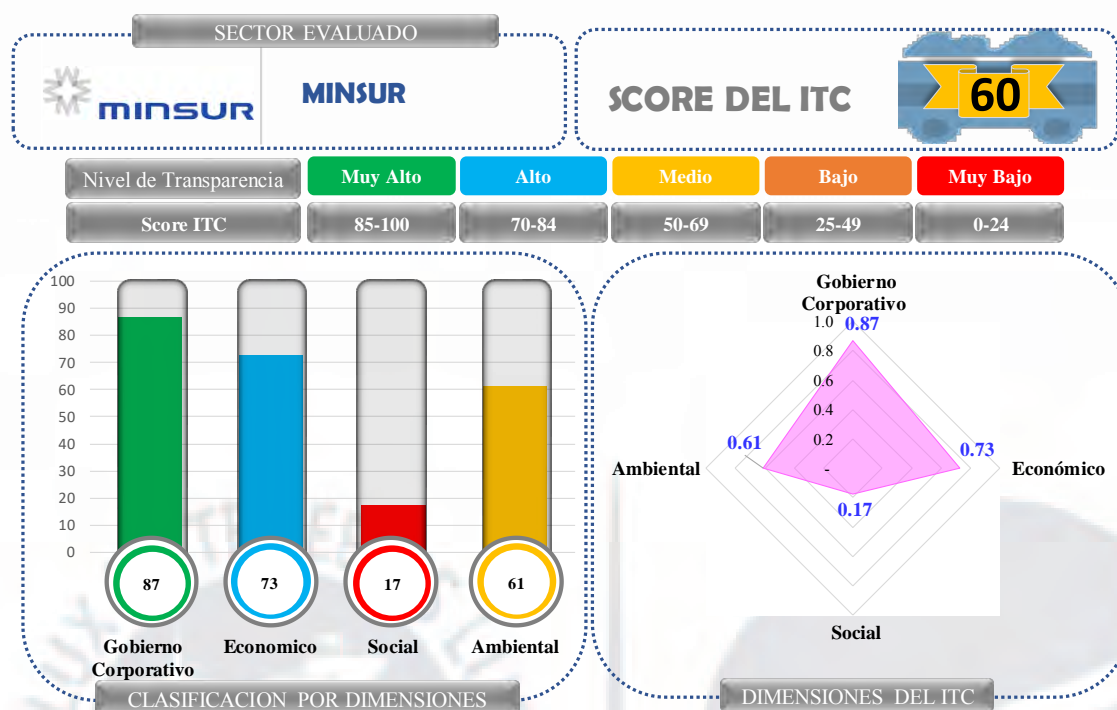


Figura 27. Resultado del ITC aplicado a empresa minera Minsur.



Figura 28. Resultado de dimensiones y factores para la empresa minera Minsur

**Southern.** A continuación, se detallan los resultados obtenidos en las cuatro dimensiones que integran el ITC. Southern alcanzó 78 puntos de un total de 100, que corresponde a un nivel alto de Transparencia Corporativa, donde las dimensiones de Gobierno Corporativo (96), económico (88), ambiental (79) tienen un nivel muy alto de transparencia en su conjunto, siendo solo la dimensión social (50) la que tienen un nivel medio de transparencia (ver Figura 29).

En la dimensión social con 50 puntos de 100, resalta la nula difusión en el factor de clientes, proveedores y casi nulo en responsabilidad social (ver Figura 30). Se resalta que no presenta información sobre clientes, no muestra reclamos de clientes, no muestra gastos en proveedores locales, con muestra la política de empleo local, tampoco se evidencia una política de responsabilidad social y política de seguridad y salud (ver Apéndice D3).

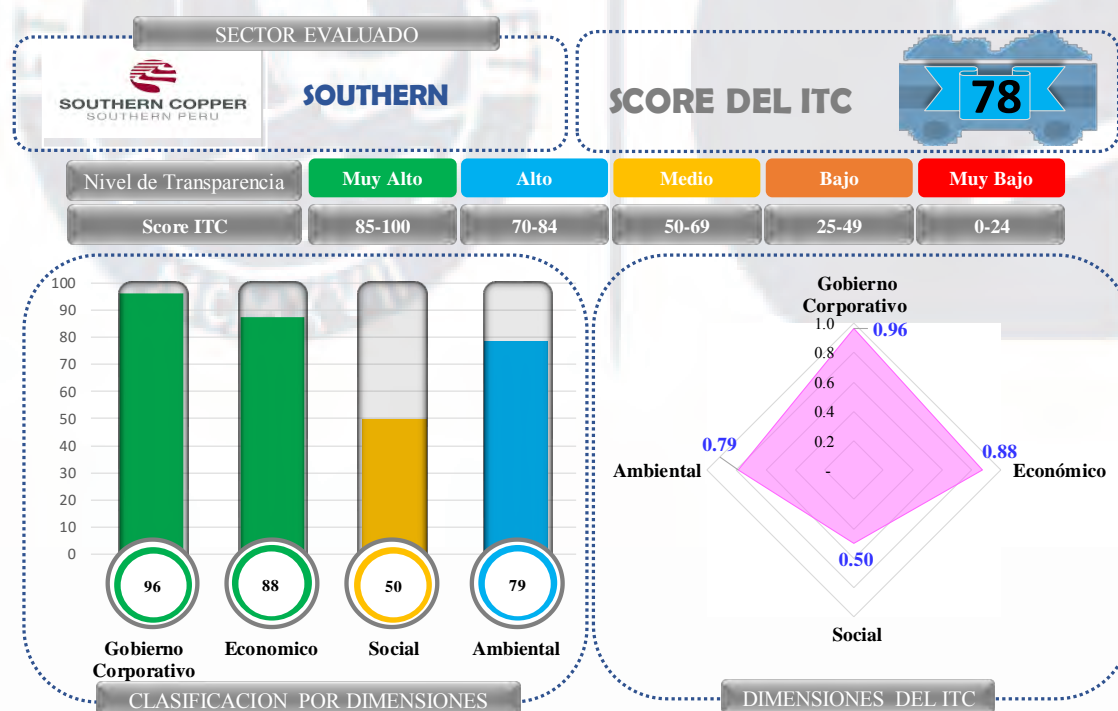


Figura 29. Resultado del ITC aplicado a empresa minera Southern.

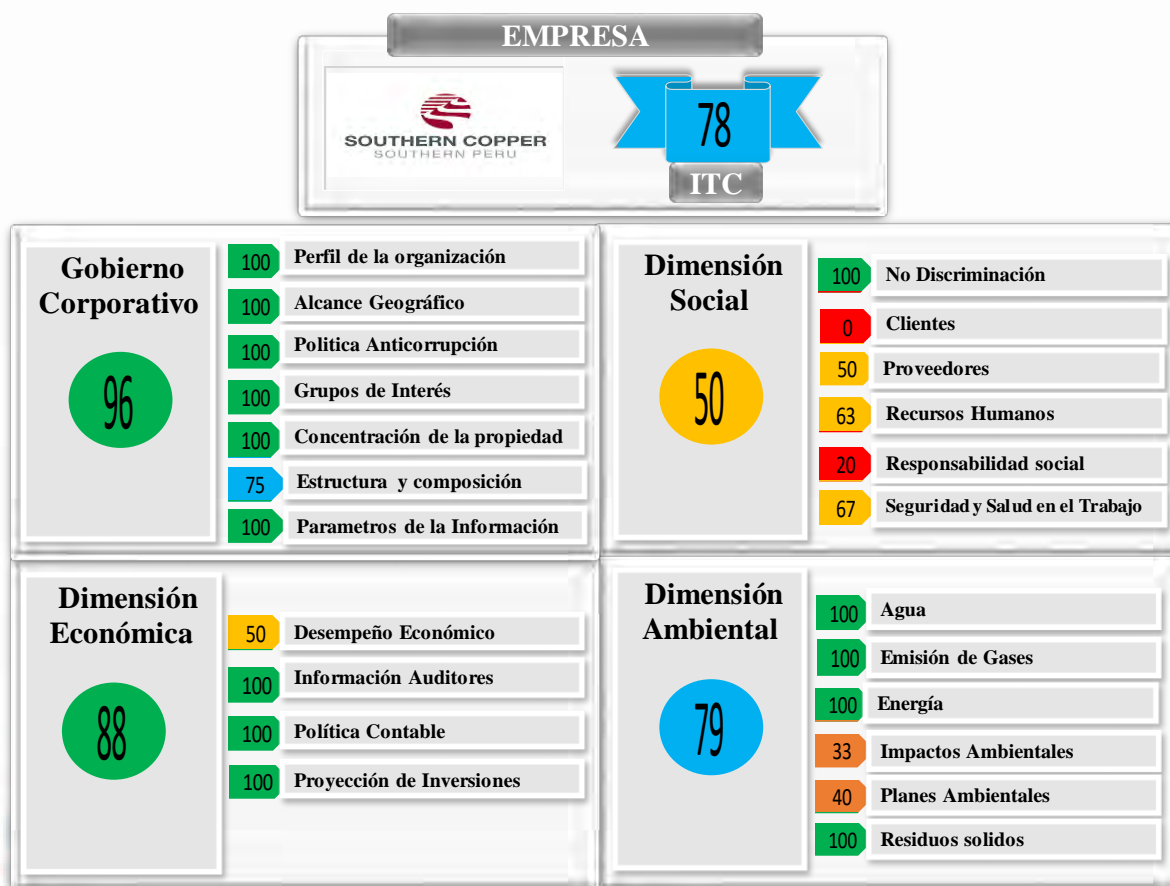


Figura 30. Resultado de dimensiones y factores para la empresa minera Southern

**Yanacocha.** A continuación, se detallan los resultados obtenidos en las cuatro dimensiones que integran el ITC. Yanacocha alcanzó 58 puntos de un total de 100, que corresponde a un nivel medio de Transparencia Corporativa, donde las dimensiones de Gobierno Corporativo (88) y social (70) evidencian las más altas calificaciones, en contraste a las bajas calificaciones en la dimensión económica (28) y ambiental (46) (ver Figura 31).

En la dimensión económica con solo 28 puntos de 100, resalta la nula difusión en el factor de desempeño económico, información de auditores y política contable (ver Figura 32).

En la dimensión ambiental con 46 puntos de 100, resalta la nula difusión en el factor de impactos ambientales y planes ambientales (ver Figura 32). No brinda información sobre su desempeño ambiental, no difunde su plan de gestión ambiental, no informa los gastos e

inversiones ambientales entre otros. (ver Apéndice D4).

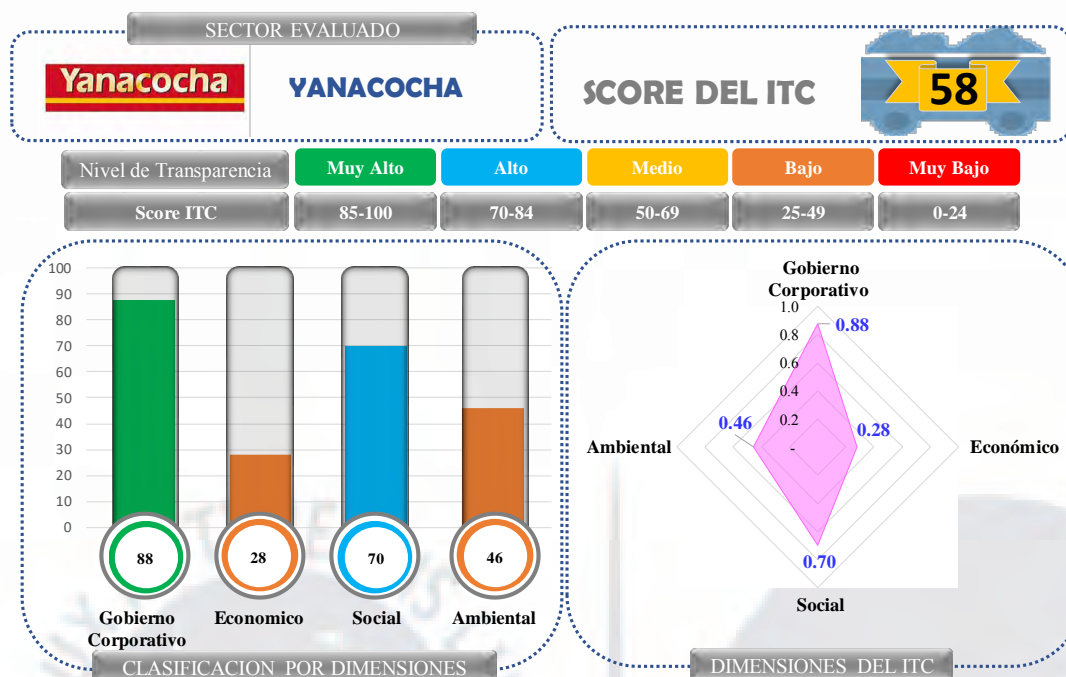


Figura 31. Resultado del ITC aplicado a minera Yanacocha



Figura 32. Resultado de dimensiones y factores para la empresa minera Yanacocha.

**Las Bambas.** A continuación, se detallan los resultados obtenidos en las cuatro dimensiones que integran el ITC. Las Bambas alcanzó 43 puntos de un total de 100, que corresponde a un nivel bajo de Transparencia Corporativa, donde solo la dimensión ambiental (52) evidencia un nivel medio de transparencia y las tres dimensiones adicionales: Gobierno Corporativo (45), económico (35) y social (41) presentan bajos niveles de transparencia (ver Figura 33).

En la dimensión económica con solo 35 puntos de 100, resalta la nula difusión en el factor de proyección de inversiones y desempeño económico, por otro lado, en la dimensión de Gobierno Corporativo con 35 puntos, presenta casi nula información de los factores política de corrupción, estructura y composición y parámetros de información (ver Figura 34).

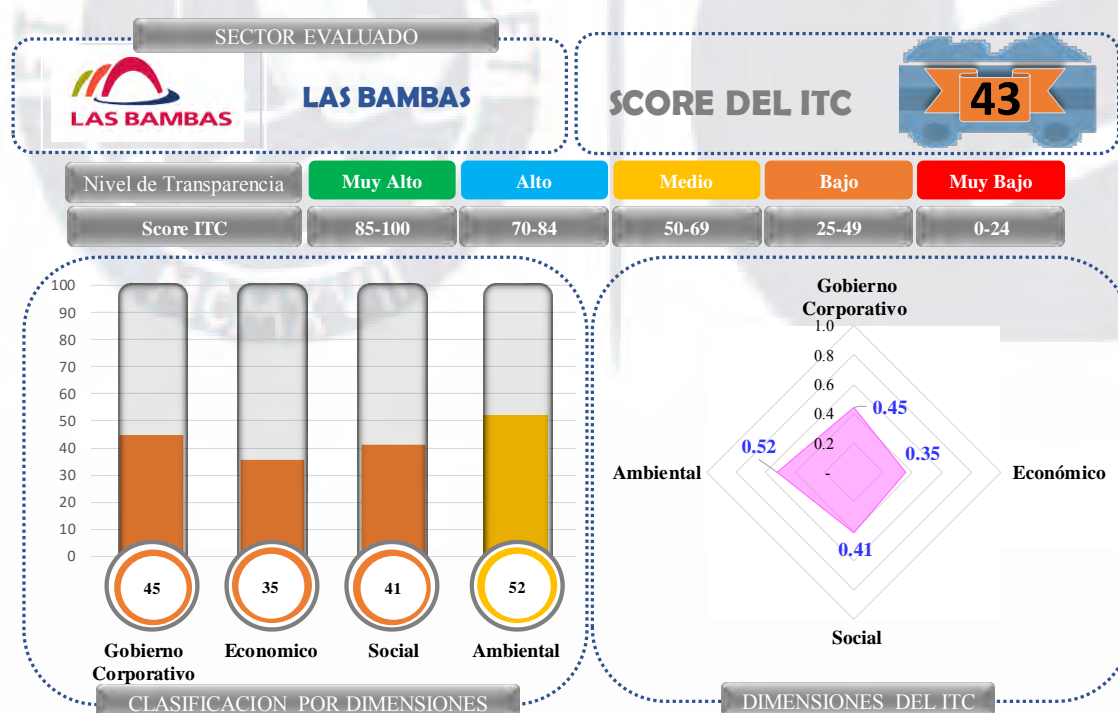


Figura 33. Resultado del ITC aplicado a empresa minera Las Bambas.



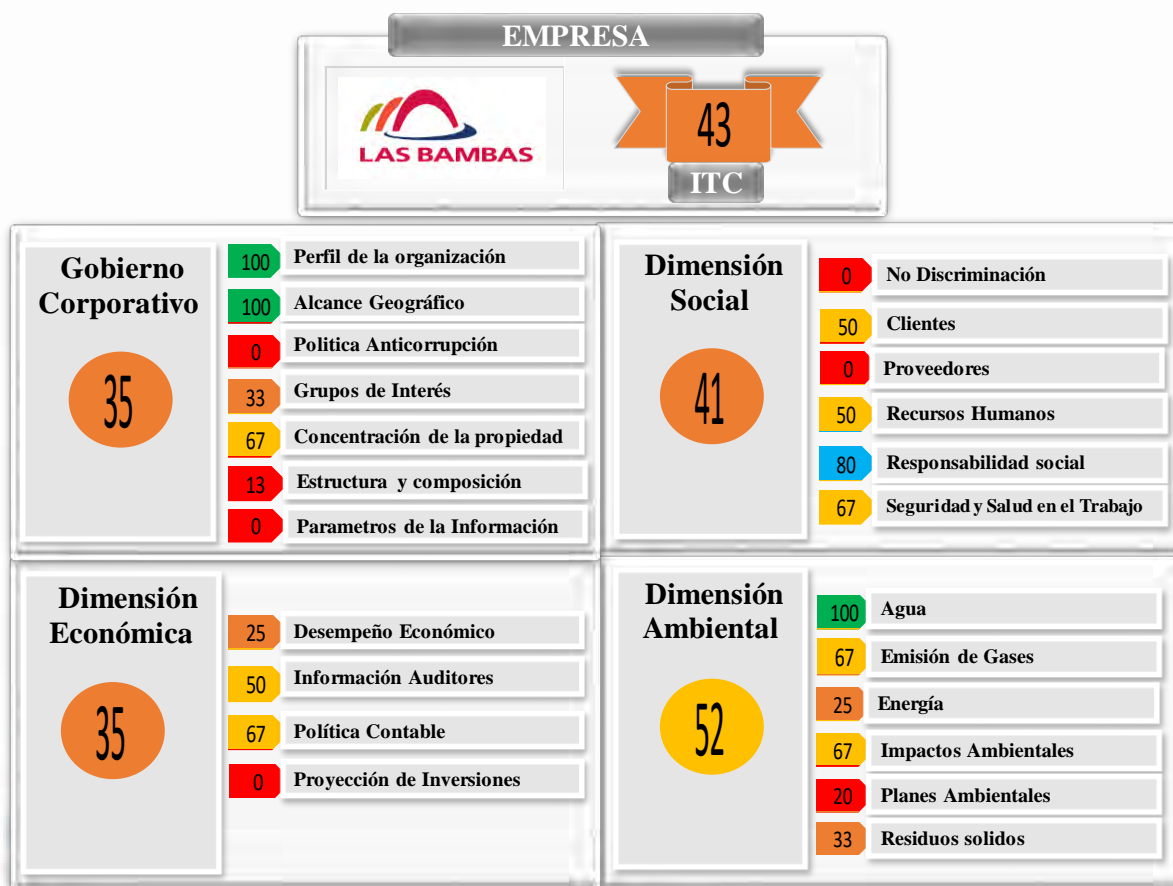


Figura 34. Resultado de dimensiones y factores para la empresa minera Las Bambas.

**Antamina.** A continuación, se detallan los resultados obtenidos en las cuatro dimensiones que integran el ITC. Antamina alcanzó 48 puntos de un total de 100, que corresponde a un nivel medio de Transparencia Corporativa, donde las dimensiones de Gobierno Corporativo (75) y social (74) evidencian las más altas calificaciones, en contraste a la muy baja calificación en la dimensión económica (0) y ambiental (44) (ver Figura 35).

Se evidencia que es nulo el nivel de divulgación de los cuatro factores que componen la dimensión económica. Por otro lado, en la dimensión ambiental con 44 puntos de 100, resalta la nula difusión en el factor de impactos ambientales y planes ambientales (ver Figura 36). No brinda información sobre su desempeño ambiental, no difunde los impactos ambientales, no divulga su plan de gestión ambiental entre otros. (ver Apéndice D4).

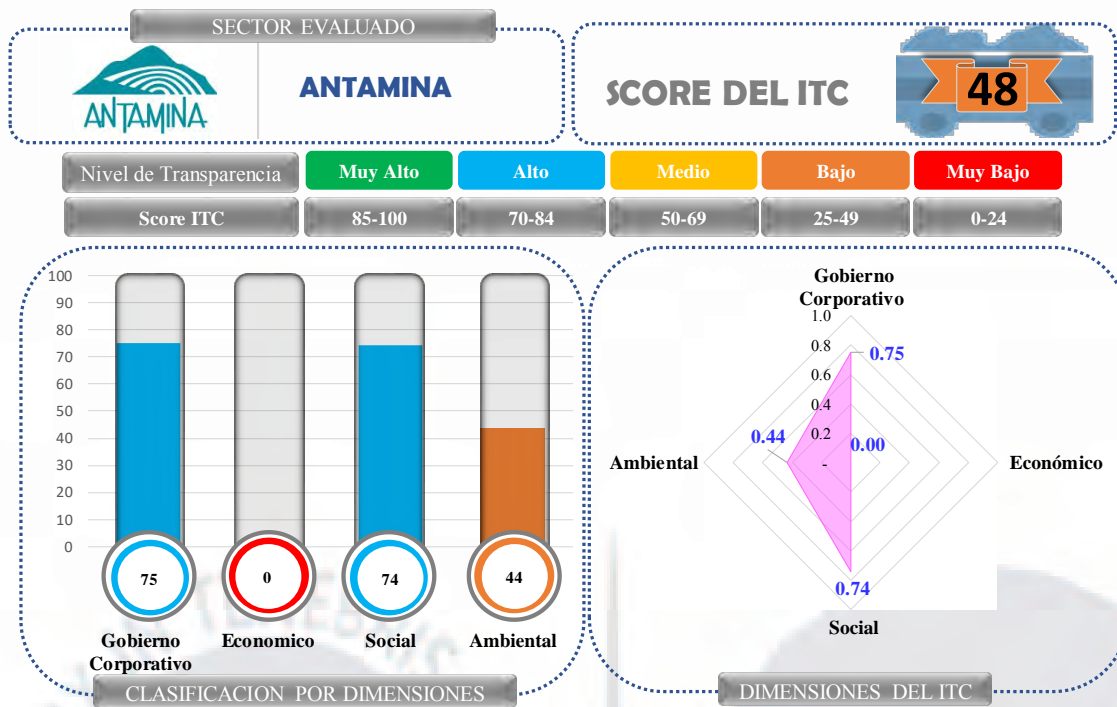


Figura 35. Resultado del ITC aplicado a mina Antamina



Figura 36. Resultado de factores y variables por dimensión para mina Antamina.

## Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones

### 6.1. Conclusiones

La presente investigación permitió la creación de un modelo de Índice de Transparencia Corporativa, que considera cuatro dimensiones fundamentales que permiten medir el nivel de Transparencia Corporativa. Se aplicó el modelo en un grupo de ocho empresas del sector minero en el Perú. En ese sentido, se puntualizan las conclusiones generales y específicas obtenidas.

#### 6.1.1. Conclusiones generales

- (i) Para la creación de un modelo ITC robusto, fue necesario definir el concepto de Transparencia Corporativa. De la revisión de la literatura se obtuvo una definición de la Transparencia Corporativa desde un enfoque integral, que lo define como la difusión de información relevante, comprensible, accesible y oportuna; adaptando la información y los medios de comunicación según las diferentes expectativas de los *stakeholders*, para generar confianza y puedan valorarlo; buscando que su toma de decisiones sea de beneficio mutuo.
- (ii) A partir de la definición de Transparencia Corporativa, se plantearon cuatro dimensiones que comprenden los temas que debe difundir una organización. El modelo de ITC cuenta con un total de 86 variables las mismas que agrupadas conforman 23 factores y componen las cuatro dimensiones: a) dimensión de Gobierno Corporativo, b) dimensión económica, c) dimensión social y d) dimensión ambiental.
- (iii) Para la ponderación de todas las variables que conforman el ITC, se aplicó la metodología de ponderación equitativa, la cual considera que todas las dimensiones son igualmente prioritarias y están equilibradas. Se descartó asignarle pesos relativos a cada variable según la opinión de expertos, para evitar sesgo y no existir consenso en la priorización de las variables; evitando la subjetividad en el modelo.

(iv) De la aplicación del modelo de ITC a la muestra de ocho empresas en el sector minero, se obtuvo un resultado de 60 puntos de 100, que corresponde a un nivel medio de Transparencia Corporativa. Los resultados por dimensiones fueron: Gobierno Corporativo 76 puntos, económico 62 puntos, social 51 puntos y ambiental 52 puntos; revelando menor grado de divulgación de información en las dimensiones social y ambiental. Este hallazgo puede ser atribuible a que su divulgación no está regulada y no es exigible por los organismos inspectores.

### **6.1.2. Conclusiones Específicas**

- (i) Los resultados del ITC de las ocho empresas mineras, indican que la empresa Southern Perú tiene mayor puntuación en cuanto a Transparencia Corporativa con 78 puntos, mientras que la empresa las Bambas evidencia la más baja puntuación de 43. La diferencia de 34 puntos entre estas empresas es debido a la brecha existente sobre todo en las dimensiones de Gobierno Corporativo, económico y social del ITC.
- (ii) En la dimensión de Gobierno Corporativo, se tiene un nivel alto de Transparencia Corporativa; siendo la de mayor puntaje respecto al resto de dimensiones. Las clasificaciones de puntajes comprenden a tres empresas con puntuación muy alta, tres empresas con puntuación alta, una empresa con puntuación media y una con puntuación baja. El factor de menor transparencia es la de estructura y composición del Gobierno Corporativo y no informan sobre su política anticorrupción.
- (iii) En la dimensión económica, se tiene un nivel medio de Transparencia Corporativa, conformado por cuatro empresas con puntuación muy alta, una empresa con puntuación alta, dos empresas con puntuación baja y una con muy bajo puntaje. El factor de menor transparencia es el desempeño económico básicamente en las minas catalogadas de gran minería ya que no revela información de indicadores financieros, no difunde sobre procesos administrativos sancionadores (PAS) y tributarios, no

difunde los riesgos financieros futuros, entre otros. En las empresas de mediana minería los resultados son contundentemente de nivel alto a muy alto de transparencia en la dimensión económica.

- (iv) En la dimensión social, se tiene un nivel medio de Transparencia Corporativa, conformado por tres empresas con puntuación alta, cuatro empresas con puntuación baja y una empresa con puntuación muy baja. El factor de menor difusión es en la variable de clientes, donde no se difunde la existencia de reclamos de clientes; por otro el factor de responsabilidad social solo llega a 50 puntos, debido a que no se revela una política, planes e inversiones en responsabilidad social.
- (v) En la dimensión ambiental, se tiene un nivel medio de Transparencia Corporativa, conformado por dos empresas con puntuación alta, dos empresas con puntuación media, tres empresas con puntuación baja y una empresa con puntuación muy baja. Las variables de menor difusión es el de impactos ambientales y difusión de planes ambientales, ya que no revela reportes de su desempeño ambiental, débil difusión del total y los tipos de gastos e inversiones ambientales. El factor del agua es la que mayor difusión presenta en esta dimensión.

## **6.2.Recomendaciones**

- (i) De la investigación se demuestra que el concepto de la Transparencia Corporativa es evolutivo debido a las características que debe cumplir en función a los cambios en el entorno social, la forma de relacionamiento con los *stakeholders* según avances de la tecnología; por tanto, tiene una perspectiva dinámica. En ese sentido se recomienda que el modelo de ITC debe actualizarse con futuras investigaciones y se actualice las variables que conforman las dimensiones de la Transparencia Corporativa.
- (ii) El desarrollo y validación del instrumento puede ser complementado o adaptado para industrias específicas, para lo cual se recomienda un análisis de la interacción de los

grupos de interés según la industria el cual condicionara los criterios de ponderación de las dimensiones.

- (iii) Se recomienda realizar evaluaciones aplicando el modelo en distintos sectores, para analizar y mejorar la elección de las dimensiones, factores y variables empleados.
- (iv) En el tiempo las variables que conforman el instrumento pueden seguir siendo relevantes, otras podrían haber perdido relevancia o nuevas podrían ser agregadas al instrumento, esto dependerá exclusivamente de la relación y evaluación de sus grupos de interés, por ello se recomienda la revisión del instrumento de acuerdo a los cambios del entorno donde se aplique.

### **6.3. Contribuciones sobre las Variables de Investigación**

- (i) No existen leyes que regulen la presentación de información relacionada a la Transparencia Corporativa, es así que solo nace de la voluntad de las organizaciones ser transparentes ante sus *stakeholders*, si bien existen algunas exigencias en algunos aspectos, no se tiene una homogeneidad.
- (ii) El haber evaluado modelos de medición de la transparencia de otros países nos permiten contrastar realidades y corroborar que los grupos de interés interactúan de manera distinta con las organizaciones; por lo tanto, la priorización de aspectos relevantes para los grupos de interés puede variar en cada país.
- (iii) En algunas industrias el tener un indicador que permita medir la Transparencia Corporativa pueda ser más relevante que en otras, ya que existe diferencias entre el poder que puedan ejercer los grupos de interés; ergo al evaluar nuestro modelo en la industria minera fue posible corroborar la variación del nivel de Transparencia Corporativa.

- (iv) En la aplicación del instrumento en la industria evaluada fue posible determinar que las de mediana minería tienen un mayor índice de Transparencia Corporativa en comparación a las de gran minería.
- (v) Según la revisión de la literatura la dimensión más se divulga es la económica, pero en la industria minera la dimensión más relevante para sus *stakeholders* es la ambiental y social, esto debido al poder que pueden ejercer los grupos de interés comprendidos en estas dimensiones.
- (vi) El contar con una metodología de creación de índices compuestos de la OCDE, nos ha permitido darle fortaleza al instrumento de medición.

#### **6.4. Propuestas para Futuras Investigaciones**

Este instrumento de medición de la transparencia sirva como referencia para futuras investigaciones.

- (i) Emplear el instrumento para realizar mediciones en distintas industrias y obtener un diagnóstico que sirva al gobierno como una herramienta de gestión de prevención de conflictos entre las organizaciones y sus *stakeholders*.
- (ii) Que el gobierno o entes reguladores consideren al instrumento para la creación de normas o políticas que exijan estas variables como información relevante para sus grupos de interés y ésta deba ser divulgadas cumpliendo los fundamentos de la transparencia: veraz, comprensible, de fácil acceso y relevante.
- (iii) Este instrumento puede ser usado para evaluar la correlación que pueda tener algunas de sus variables con otros indicadores.

## Referencias

50 minutes, E. y. (2016). Las claves del modelo de valorización de los activos financieros.

España, España: AUTOR-EDITOR.

Abreu, J. (2012). Constructos, Variables, Dimensiones, Indicadores & Congruencia. *Daena:*

*International Journal of Good Conscience*, 7(3), 123-130.

Alejos, C. (2017). Transparencia: Fuente de confianza en la empresa. *Cuadernos de la*

*Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno*

*Corporativo*, 27, 1-25.

Almazán, A., Suarez, J. y Titman, S. (2009): "Firms' stakeholders and the costs of

Alsop, R. (2004). *The 18 Immutable Laws of Corporate Reputation: Creating, Protecting & Repairing your most Valuable Asset*. Londres, Inglaterra: Kogan Page.

Arango, R. (2012). *El proceso de selección y contratación del personal en las medianas*

*empresas de la ciudad de Barranquilla* (Colombia). *Pensamiento & Gestión* (32), 83–114.

Armstrong, E. (2005). Integrity, Transparency and Accountability in Public Administration:

Recent trends, regional and international developments and emerging issues. *New York, Estados Unidos: UNDESA*.

Artaraz, M. (2002). Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible. *Revista*

*Ecosistemas*, 11(2).

Banco Central de Reserva del Perú (2017). *Reporte de inflación diciembre 2018*. Lima:

BCRP. Tomado de [www.bcrp.gob.pe/publicaciones/reporte-de-inflacion.html](http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/reporte-de-inflacion.html)

Baraibar-Diez, E., & Luna Sotorrío, L. (2018). The mediating effect of transparency in the

relationship between corporate social responsibility and corporate reputation. *Revista*

*Brasileira De Gestão De Negócios*, 20(1), 5-21.



- Baraibar-Diez, E., Odriozola, M. D., & Fernández Sánchez, J. L. (2017). *A Survey of Transparency: An Intrinsic Aspect of Business Strategy. Business Strategy & The Environment (John Wiley & Sons, Inc)*, 26(4), 480-489. doi:10.1002/bse.1931
- Berglof, E. (2005). What do firms disclose and why? Enforcing corporate governance and transparency in central and eastern Europe. *Oxford Review of Economic Policy*, 21(2), 178-197.
- Briano, G. (2017). "Factores que Inciden en una Mayor Transparencia de Gobernanza Corporativa en Empresas Cotizadas Latinoamericanas ". *Revista Mexicana de Economía y Finanzas Nueva Época REMEF (The Mexican Journal of Economics and Finance)*, 9(2). doi: <http://dx.doi.org/10.21919/remef.v9i2.58>
- Briano, G., & Lázaro, A. (2013). Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 187-208.
- Cabero, A. J., & Llórente, C. M. (2013). La aplicación del juicio de experto como técnica de evaluación de las tecnologías de la información (TIC). *Revista de Tecnología de Información y Comunicación en Educación*, 7(2), 11-22.
- Cabrera, J. (2008) Blog Innovación en la gestión. Recuperado de <http://blog.cabreramc.com/2008/10/09/la-transparencia-es-clave-para-el-futuro-de-nuestras-organizaciones/> (accedido por última vez el 28 de marzo de 2016).
- Carqués, F. (2007). Una aproximación desde la teoría de la legitimidad a la información medioambiental revelada por las empresas españolas cotizadas / An approach to the environmental disclosures of the listed Spanish firms from the legitimacy theory. *Revista Española De Financiación Y Contabilidad*, 36(133), 97-121. Retrieved from <http://www.jstor.org.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/stable/42782527>
- Castillo, L. (2006). Indicadores de gestión en el área de gestión humana, y su importancia en las organizaciones . *El Ágora USB*, 6(1), 19-28.

- CEPAL, N. (2016). Horizontes 2030: la igualdad en el centro del desarrollo sostenible.
- Cronbach, L. J. (1951). *Coefficient alpha and the internal structure of tests*. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Das Neves, J. C., & Vaccaro, A. (2013). Corporate transparency: A perspective from Thomas Aquinas' *summa theologiae*. *Journal of business ethics*, 113(4), 639-648.
- De La Fuente, F. S. (2011). Analisis componentes principales. Obtenido de <http://halweb.uc3m.es>
- Díaz, P. A. (2007). Un índice de transparencia financiero-contable para las empresas chilenas. *Capic Review*, (5), 1.
- Echeverría, O., Abrego, D., & Medina, J. M. (2018). La responsabilidad social empresarial en la imagen de marca afectiva y reputación. *La Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 28(69), 133-148.
- Enrique, S. (2018). *Gobierno Corporativo: su importancia en la objetividad e independencia de la función de auditoría interna* (1a ed.). México DF, México, México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Epstein, M., & Birchard, B. (2001). *La empresa honesta: Como convertir la responsabilidad corporativa en una ventaja*. Barcelona, España: Paidós Iberica.
- Ewer, S. (2007). Transparency and understandability, but for whom? *The CPA Journal*, 77(2), 16.
- Fernández, G., De Pablo, C., & Callejo, M. (2016). Valoración de la homologación de proveedores desde la sostenibilidad y responsabilidad social. *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*(23), 81-103.
- Finel, B., & Lord, K. (1999). The surprising logic of transparency. *International Studies Quarterly*, 43(2), 315-339.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.

- Fuente, J., García-Sánchez, I., & Lozano, M. (2017). The role of the board of directors in the adoption of GRI guidelines for the disclosure of CSR information. *Journal of Cleaner Production (141)*, 737-750.
- Fung, A., Weil, D., Graham, M., & Fagotto, E. (2004). The political economy of transparency: What makes disclosure policies effective? [OP-03-04]. *Ash Institute for Democratic Governance and Innovation, John F. Kennedy School of Government, Harvard University, Cambridge, MA, United States*. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=766287>
- García, C. (2016). Desigualdad en el mercado de trabajo: acceso al empleo, contratación y salarios. *Tiempo de Paz (121)*, 24-32.
- García, F. N. (2012). Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica. *Madrid, España, España: ESIC editorial*.
- García-Meca, E., & Martínez, I. (2005). Assessing the quality of disclosure on intangibles in the Spanish capital market. *European Business Review, 17(4)*, 305-313.
- Garry, S., & Villarreal, F. (2016). El uso de indicadores clave para evaluar el desempeño económico a largo plazo de América Latina. *Revista De La CEPAL (118)*, 67-83.
- Gessa, A., Rabadán, I., & Jurado, J. A. (2009). 2009). La planificación de la producción industrial y las emisiones de CO2. Implicaciones del Protocolo de Kyoto. *DYNA - Ingeniería e Industria, 84(2)*, 117-126.
- González Esteban, E. (2001). La responsabilidad moral de la empresa. *Una revisión de la teoría de Stakeholder desde la ética discursiva. Universitat Jaume I*.
- Grupo La República. (12 de 01 de 2018). Club de la Construcción. *La República*, pág. WEB. Recuperado el 05 de 02 de 2019

- Ha-Brookshire, J. h. (2017). Toward Moral Responsibility Theories of Corporate Sustainability and Sustainable Supply Chain. *Journal Of Business Ethics*, 145(2), 227-237. doi:10.1007/s10551-015-2847-2
- Hack, C. (2016). Good transparency can improve mining and metals investment climate - *Ernst & Young. Metal Bulletin Daily*, 1.
- Haufler, V. (2010). Disclosure as governance: the extractive industries transparency initiative and resource management in the developing world. *Global Environmental Politics*, 10(3), 53-73.
- Hernández Pajares, J. (2018). Influencia de la naturaleza internacional de empresas peruanas en su información de sostenibilidad. *Revista de Comunicación*, 17(1), 74–92. <https://doi-org.ezproxybib.pucp.edu.pe/10.26441/RC17.1-2018-A4>
- Hernandez, J. (2018). La anticorrupción en Colombia, el agente encubierto. *Revista Prolegómenos - Derechos y Valores*, 99-114.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación (6a. ed.)*, México D.F., México: Mc Graw Hill.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2010). Metodología de la investigación. México D.F., México: McGraw-Hill Education.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2010). Metodología de la investigación. México D.F., México: McGraw-Hill Education.
- Hess, D. (2008) The three pillars of corporate social reporting as new governance regulation: disclosure, dialogue and development, *Business Ethics Quarterly*, No. 18 (4), pp. 447-482.
- IdN Transparencia Corporativa . (2017). <http://www.transparenciacorporativa.cl/>. Obtenido de <http://www.transparenciacorporativa.cl/>: <http://www.transparenciacorporativa.cl/>

- IMCP. (2017). Norma de auditoría para atestiguar, revisión y otros servicios relacionados (2a ed.). DF México, México, México: Comisión de Normas de Auditoría y Aseguramiento.
- Inteligencia de negocios (2011). Índice de Transparencia Corporativa ITC 2010. Recuperado de [http://www.transparenciacorporativa.cl/docs/Reporte%20ITC%202010%20\(Final\).pdf](http://www.transparenciacorporativa.cl/docs/Reporte%20ITC%202010%20(Final).pdf)
- International. (09 de 10 de 2017). <https://www.transparency.org>. Recuperado el 05 de 01 de 2019, de <https://www.transparency.org>: [https://www.transparency.org/whatwedo/publication/las\\_personas\\_y\\_la\\_corrupcion\\_a\\_merica\\_latina\\_y\\_el\\_caribe](https://www.transparency.org/whatwedo/publication/las_personas_y_la_corrupcion_a_merica_latina_y_el_caribe)
- Kannegiesser, M., & Günther, H. (2014). Sustainable development of global supply chains- part 1: sustainability optimization framework. *Flexible Services & Manufacturing Journal*, 26(1/2), 24-47. doi:10.1007/s10696-013-9176-5
- Kocak, C., Egrioglu, E., Yolcu, U., & Aladag, C. (2014). Computing cronbach alpha reliability coefficient for fuzzy survey. *American Journal of Intelligent Systems*, 4(5), 204-213.
- Lange, D., Lee, P. y Dai, Y. (2011). Organizational Reputation: A Review. *Journal of Management*, 37(1), 153-184. doi. org/10.1177/0149206310390963
- Lara, A. (2005). Medición y control de riesgos financieros (3a ed.). DF México, México, México: Limusa Noriega Editores.
- Larkin, J. (2003). *Strategic Reputation Risk Management*. Nueva York, Estados Unidos: Palgrave MacMillan.
- Luo, Y. (2005). How does globalization affect corporate governance and accountability? A
- Machado, C. (2010). Gestión energética empresarial una metodología para la reducción de consumo de energía. *Producción Más Limpia.*, 5(2), 107-126.

- Maese, N. J., Alvarado, I. A., Valles, R. D., & Báez, L. Y. (2016). Coeficiente alfa de Cronbach para medir la fiabilidad de un cuestionario difuso. *Cultura Científica y Tecnológica* (13), 146-156.
- Marquina, P. (2016). *Empresas Responsables y Competitivas*. Lima: *Pearson Educación de Perú*.
- Martínez, H. (2011). *Responsabilidad social y ética empresarial*. Bogotá, Colombia: Ecoe.
- Méndez, C. (2001). *Metodología: diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Bogotá: McGraw Hill.
- Meza, C. (2018). Discriminación laboral por género: una mirada desde el efecto techo de cristal. . 2018;(0):. *Equidad y Desarrollo*(32), 11-31.
- Ministerio de Energía y Minas (2018). Anuario minero 2017. Tomado de <https://www.gob.pe/institucion/minem/informes-publicaciones/112024-anuario-minero-2017>
- Miralles, J. (2006). *Ética empresarial y RSC: ¿Complementariedad? ¿Diálogo?* Madrid, España: Universidad Pontificia Comillas.
- Mooney, C. (1997). *Monte Carlo simulation*. CA: SAGE.
- Naessens, H. (2010). Ética pública y transparencia. In XIV Encuentro de Latinoamericanistas Españoles: congreso internacional (pp. 2113-2130). Universidades de Santiago de Compostela, Centro Interdisciplinario de Estudios Americanistas Gumersindo Busto; Consejo Español de Estudios Iberoamericanos.
- Odriozola, M. D., & Baraibar-Diez, E. (2017). Is corporate reputation associated with quality of CSR reporting? Evidence from Spain. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(2), 121-132.
- OECD. (2008). *Handbook on constructing composite Indicators methodology and user guide*. Paris, Francia: OECD Publications.

- Orozco, J., & Ferré, C. (2017). La percepción de la reputación corporativa de los *stakeholders* de una empresa de comunicación: cómo afecta a Televisión de Catalunya comunicar una acción de responsabilidad social corporativa. *Palabra Clave*, 20(2), 473-505. doi:10.5294/pacla.2017.20.2.8
- Ortiz Martinez, E., & Crowther, D. (2008). Is disclosure the right way to comply with *stakeholders*? The Shell cases. *Business Ethics: A European Review*, 17(1), 13-22.
- Ortiz, F. (2003). Metodología de la investigación: el proceso y sus técnicas. México DF, México: Limusa.
- Patel, S. A., Balic, A., & Bwakira, L. (01 de 12 de 2002). <https://www.sciencedirect.com>. Recuperado el 02 de 05 de 2018, de <https://www.sciencedirect.com>: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1566014102000407?via%3Dihub>
- Patel, S. A., Balic, A., & Bwakira, L. (2002). Measuring transparency and disclosure at firm-level in emerging markets. *Emerging Markets Review*, 3(4), 325-337.
- Perú. (2009). *Ley de Recursos Hídricos 29338*. Lima.
- Placeres, N. (2009). Placeres, N. G. (2009). Implementación de un modelo de gestión de seguridad y salud en el trabajo en ETECSA. Tono: *Revista Técnica de la Empresa de Telecomunicaciones de Cuba, S.A*, 6(1), 52-57.
- Puente, R., & López, S. (2007). El Cliente Que Reclama Es El que más te quiere. *Debates IESA*, 12(3), 52-59.
- Ráfols, C. (2007). *¿Ética en las empresas o empresas éticas?* Avanzar en una implantación contradictoria. En R. Alcoberro. Barcelona, España: Gedisa.
- Ramiro, P. (2009). *Las multinacionales y la responsabilidad social corporativa: de la ética a la rentabilidad*. Barcelona, España: Icaria.
- Revilla, A. (2001). La transparencia en la ley de contrataciones del Estado. *Derecho PUCP*(66), 195-221.

- Rivero, R., & Berdugo, I. (2003). *El estado de derecho latinoamericano. Integración económica y seguridad jurídica en Iberoamérica*. España, España, España: Ediciones Universidad de Salamanca y los autores.
- Robles, G. P., & Del Carmen, R. M. (2015). La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada. *Revista Nebrija De Lingüística Aplicada A La Enseñanza De Lenguas*(18), 103-118.
- Ross, S. (2007). *Introducción a la estadística*. Barcelona, España: Reverté.
- Salas, G., & Diez, A. (2018). Estado, concesiones mineras y comuneros. Los múltiples conflictos alrededor de la minería en las inmediaciones del Santuario de Qoyllurit'i (Cusco, Perú). *Colombia Internacional*(18), 65–91.
- Saltelli, A. (2007). Composite indicators between analysis and advocacy. *Social Indicators Research*(81), 65-77.
- Sharma, R., & Singh, F. (2009). Voluntary corporate governance disclosure: A study of selected companies in India. *8(3-4)*,, págs. 91-108.
- Shocker, A. D., & Sethi, S. P. (1973). An approach to incorporating societal preferences in developing corporate action strategies. *California management review*, *15(4)*, 97-105.
- Simic, P. y Belliu, A. (2001). Corporate Social Responsibility and Cause Related Marketing: An Overview. *International Journal of Advertising*, *20*, 207-222.
- Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía (2018). Memoria anual 2017. Lima: SNMPE. Tomado de <http://www.snmpe.org.pe/informes-y-publicaciones/memorias-institucionales.html>
- Solove, D. (2010). *Understanding privacy*. Ma: *Harvard University Press*.
- Song, C., & Lee, J. (2016). Citizens' Use of Social Media in Government, Perceived Transparency, and Trust in Government. *Public Performance & Management Review*, *39(2)*, 430-453. doi:10.1080/15309576.2015.1108798



Suárez, S., & Molina, E. (s.f.). El desarrollo industrial y su impacto en el medio ambiente.

*Revista Cubana de Higiene y Epidemiología*, , 52(3), 357–363.

Testera, A., & Cabeza, L (2013). Análisis de los factores determinantes de la transparencia en

RSC en las empresas españolas cotizadas. *Intangible Capital*, 9(1), 225-261.

*doi:10.3926/ic.311*

Toyama, J., & Calle, M. (2017). Las relaciones de trabajo y el tamaño de la empresa en el

ordenamiento peruano. *Derecho & Sociedad*(14), 7-18.

transparency”. *Journal of Economics & Management Strategy*, 18(3): 871-900

Trufte, E. (2001). *The Visual Display of Quantitative Information*. CT: Graphic

Press Villagra, N. (2007). *¿Por qué tenemos miedo de comunicar la responsabilidad social corporativa?* Madrid, España: Universidad Pontificia Comillas.

Villegas, M. G. (2006). *La teoría de los stakeholders y la emisión de información para todos*

*los interesados: ¿discurso o transparencia informativa?* *Contaduría Universidad De Antioquia*, (49), 95-102. Retrieved from [https://search-proquest-](https://search-proquest-com.ezproxybib.pucp.edu.pe/docview/198677694?accountid=28391)

[com.ezproxybib.pucp.edu.pe/docview/198677694?accountid=28391](https://search-proquest-com.ezproxybib.pucp.edu.pe/docview/198677694?accountid=28391)

Vogelgesang, G. R., Leroy, H., & Avolio B. J. (2013). The mediating effects of leader

integrity with transparency in communication and work engagement/performance.

*The Leadership Quarterly*, 24(3), 405-413.

## Apéndices

### Apéndice A: Índice de Abreviaturas y Siglas

SNMPE	Sociedad Nacional de Minería Petróleo y Energía
BGC	Buen Gobierno Corporativo
CiFAR	Foro Internacional de Transparencia Civil para la Recuperación de Activos
GC	Gobierno Corporativo
IdN	Inteligencia de Negocio
ITC	Índice de Transparencia Corporativa
OCDE	Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico
RSC	Responsabilidad Social Corporativa
RSE	Responsabilidad Social Empresarial

## Apéndice B: Consentimiento Informado

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por \_\_\_\_\_, de la Universidad \_\_\_\_\_ . La meta de este estudio es \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista (o completar una encuesta, o lo que fuera según el caso). Esto tomará aproximadamente \_\_\_\_\_ minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los cassettes con las grabaciones se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

---

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por \_\_\_\_\_. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente \_\_\_\_\_ minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a \_\_\_\_\_ al teléfono \_\_\_\_\_.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a \_\_\_\_\_ al teléfono anteriormente mencionado.

-----  
-----  
Nombre del Participante  
(en letras de imprenta)

Firma del Participante

Fecha



## Apéndice C: Guía de la Entrevista

Entrevista N°1: Wilber Amezcua (Superintendente de relaciones comunitarias)

De: **Wilber Amezcua** <[wilberamezcua@gmail.com](mailto:wilberamezcua@gmail.com)>

Fecha: 25 de agosto de 2018, 15:31

Asunto: Cuestionario

Para: [alfredo.pacheco@pucp.edu.pe](mailto:alfredo.pacheco@pucp.edu.pe)

...

Estimado Alfredo, remito el cuestionario desarrollado, si requiere alguna precisión adicional me avisas.

Saludos

Wilber

1. ¿Cuál cree Ud. ¿Que son las principales causas de los conflictos mineros en el Perú?

Las causas son diversas de acuerdo al contexto de cada empresa minera, entre ellas tenemos:

1. Las expectativas de la población,

Las unidades mineras se encuentran ubicadas en zonas alto andinas pobres y extremos pobres con una serie de necesidades insatisfechas y que tienen la expectativa de poder satisfacerlas con la presencia de la actividad minera. Por ello las expectativas de desarrollo social de las comunidades/poblaciones del área de influencia social son altas y crecientes las cuales también pueden ser alentadas por actores políticos locales.

Las poblaciones del AISD tienen expectativas crecientes sobre los beneficios que deben o quieren recibir y éstas se manifiestan con el tiempo, en términos económicos por contraprestación de tierras, inversión social y trabajo (ejm. la CC Olaechea en Puno firmo un acuerdo para dar terrenos a cambio de recibir 5% de Utilidades más otros beneficios, poco tiempo después algunos sectores de la comunidad planteaba incrementar a 30% de las utilidades; mejoras en la educación y salud de la población y de acceso al trabajo).

Las poblaciones del AISI también tienen expectativas respecto a los beneficios y aquellas poblaciones del entorno que también buscan ser incluidas en el AISD (ej. Gran parte de los conflictos mineros del entorno de Antamina y Las Bambas es por comunidades que buscan ser incluidas en el AIS a través de las mesas de diálogo y firmar acuerdos por trabajo e inversión social en sus localidades)

A esta situación se suma que la inversión del canon minero es deficiente por parte de los gobiernos locales y los largos procesos del estado para la inversión pública en temas de salud, educación o infraestructura vial, lo que acrecienta la expectativa de la población para pedir inversión de la minera

2. Aspectos ambientales,

Debido a las percepciones o temores de la población sobre los impactos ambientales de las operaciones mineras sobre el agua, el suelo, el aire y en ocasiones sobre su salud;

Debido también a impactos ambientales reales sobre el agua, suelo o actividades pecuarias; En ambos casos de no ser atendidas oportunamente por la empresa minera y por entidades fiscalizadoras se generarán conflictos sociales.

Disputas por el agua: Percepción de que las minas son responsables de la reducción de la disponibilidad del agua para consumo humano y para sus actividades agropecuarias.

Percepción de que la comunidad es dueña del agua. Visión legalista de este aspecto por parte de la empresa minera, que se limita a obtener las licencias de la ANA sin absolver de manera oportuna y preventiva las inquietudes de la población o comunidad cercana respecto al uso del agua y a su disposición o vertimiento final.

Impactos negativos a la agricultura y ganadería comunal, percepción de que la minería y la actividad agropecuaria son antagónicas, y que la minería los perjudicaría contaminando las aguas, el suelo y el aire.

Impactos socioambientales no identificados en los EIA: impacto en el costo de vida de la población local, como son los empleados públicos: profesores, trabajadores municipales, policías, etc.

Daños a la salud de la población, percepción de que su salud se verá afectada, por una supuesta contaminación del agua para consumo.

3. Incumplimiento de compromisos. Debido al retraso en la ejecución, tanto en el inicio como en la culminación de los mismos. Sumado a una deficiente comunicación.

Generalmente estos casos se dan por deficiente comunicación (en el cronograma de cumplimiento, en la definición de los alcances de cada compromiso), acción tardía de cumplimiento de compromisos, retraso en el inicio de la ejecución o el cumplimiento de compromisos, en la culminación de los compromisos, lo que da pie a poder generar nuevos compromisos, entre otros.

Falta de seguimiento, por parte de compromisos del sector público o de la empresa.

Un compromiso que genera situaciones de conflicto está referido a la contratación de mano de obra local.

4. Disputa por terrenos o desconocimiento de contratos de cesión de uso de tierras, cuando se accede a terrenos comunales que no se encuentran saneados o sin cumplir los procedimientos establecidos como la aprobación mayoritaria de la población en asamblea extraordinaria (2/3). Ejemplo es el caso de Cañariaco

Escaso nivel de Institucionalidad en las Comunidades: La documentación de las comunidades es mal llevada, lo que genera que las nuevas directivas o comuneros más jóvenes desconozcan los acuerdos, lo que los lleva a plantear desconocer contratos o renegociaciones de los mismos.

Percepción de que las comunidades tienen “autonomía” en sus territorios y que están por encima de las leyes del Estado, por lo que pueden desconocer y renegociar contratos. Esto es alentado por operadores de ONGs o políticos argumentado el reconocimiento del “derecho consuetudinario” que es reconocido por la ONU y que está referido a sus costumbres. Otro argumento es, que, si bien se cuenta con un acuerdo, no se aplicó la “consulta previa” en base al Convenio 169 de la OIT.

Otros motivos que contribuyen a la escalada de conflictos:

Intereses Políticos o Económicos, de actores locales, que promueven

Actuación tardía respecto a un potencial conflicto,

2. ¿Qué acciones son relevantes para evitar los conflictos mineros?

Los proyectos mineros nuevos, tienen la oportunidad de sentar las bases para una relación armoniosa y sostenible con las comunidades. Un punto de partida es establecer una relación de confianza, en base a la cual se firme el acuerdo o contrato por tierras; manteniendo un dialogo constructivo escuchando a la población, atendiendo sus aportes y absolviendo sus dudas, consultas, inquietudes y expectativas de la población, respecto a los impactos

ambientales que se generaran sobre las tierras, sobre el agua y en general en el manejo de los impactos a través del EIA y la línea de base elaborada, sensibilizando a la población. Sobre los alcances de los compromisos de inversión social. Además de establecer los lineamientos del relacionamiento con la comunidad.

Durante el desarrollo de los proyectos las acciones relevantes son las siguientes:

Establecer mecanismos de dialogo con las comunidades y cumplirlos de manera fluida, adecuada y oportuna

Los reclamos y/o quejas que se presenten atenderlos de manera oportuna y adecuada, sin subestimarla y atendíendolas de manera preventiva de ser posible.

Establecer y mantener un Código de Conducta que deben de cumplir todos los trabajadores que interactúen con la comunidad y/o población

La transparencia y el respeto con la Comunidad y/o población es importante para el relacionamiento

Cumplimiento de los compromisos asumidos e involucrar de ser posible a los representantes de la comunidad en los mismos; así como comunicar oportunamente en caso haya modificaciones en el calendario de cumplimiento.

Monitoreo constante de la dinámica de los actores sociales de la comunidad y/o población

Las formas y la oportunidad en que nos comuniquemos con la comunidad y/o población es muy importante para generar vínculos de confianza

3. ¿Cuáles crees que son los *stakeholders* más relevantes para una empresa minera en el Perú y por qué?

En cada proyecto los actores sociales son diferentes, así como su nivel de influencia, por ello no debe de subestimarse a ninguno antes de realizar el mapeo y su caracterización.

Los actores más relevantes son aquellos que tienen una mayor capacidad de influir de manera positiva o negativo en el proyecto u operación minera, y es un escenario dinámico en el tiempo.

Cada actor, en base a diversas teorías de evaluación o caracterización de actores sociales, puede evaluarse en base a su capacidad de convocatoria, su capacidad económica, su capacidad de movilización y su nivel de institucionalidad

Los *stakeholders* a evaluar son los siguientes:

Junta Directiva Comunal

Presidentes de Comités Comunales (ganadero, agrícola, otros)

Líderes comunales

Rondas Campesinas

Junta de Usuarios de Riego

Organizaciones sociales: clubes de madres, organización de vaso de leche

Autoridades locales: juez de paz, sub prefectura o teniente gobernación

Alcalde Distrital y Regidores

Alcalde Provincial

Gobierno Regional

Medios de Comunicación Local: Radios locales, periódicos

Iglesia Católica: Párroco. En Cajamarca y en Espinar la iglesia juega un rol muy importante y son ellos quienes han liderado y promovido varios conflictos sociales

Profesores del colegio local. La presencia de Patria Roja es un factor a evaluar.

## APAFA

Comunidades del entorno

Grupos de poder local (ejm. En Tía María la oposición la inician los grandes agricultores arroceros quienes ven amenazada su actividad y posición económica, al ver que el valor del jornal se puede incrementar).

Líderes políticos locales

Respecto a los *stakeholders* es muy importante:

Identificar y caracterizar los *stakeholders* y definir su relevancia por su nivel o grado de influencia en la población o comunidad, en base a los cuatro parámetros (capacidad de: convocatoria, económica, movilización y nivel de institucionalidad).

Identificar su interés real, que es diferente a su interés manifiesto.

4. ¿Qué acciones debe hacer una empresa minera para mejorar su relación con sus principales *stakeholders*?

Mantener el diálogo en una relación de respeto y mantener una comunicación adecuada y oportuna, generando un clima de confianza.

Atender las quejas y/o reclamos de manera oportuna y adecuada

Comunicarnos de manera asertiva, con respeto y que nuestros gestos corporales vayan en línea con lo que manifestamos

Trabajar de manera responsable en aspectos ambientales

Ser transparente en el cumplimiento de los compromisos

Gestionar los intereses de cada *stakeholders*

La forma como nos relacionamos es muy importante. Debemos de considerar que los *stakeholders* de la comunidad responderán a los que hacemos más que a lo que decimos, por lo que debe haber una coherencia entre lo que decimos y hacemos como empresa.

5. ¿Qué opina sobre la Transparencia corporativa? Y ¿Cómo cree usted que es aplicado en las empresas mineras del Perú?

La transparencia corporativa es un valor que puede contribuir decididamente en generar confianza con los *stakeholders* internos y externos de la organización.

Los aspectos sensibles son los siguientes:

Resultados de los monitoreos ambientales de suelo, agua y aire

Resultados del ejercicio económico anual (utilidades) que se traducen en el canon minero.

Existe desconfianza de la población respecto a que cada año las empresas ganan dinero y no pagan impuestos. También existe la creencia de que las empresas que se han acogido a la estabilidad tributaria, no pagan impuestos.

Cumplimiento de compromisos, especialmente si hay acuerdo de dar empleo a trabajadores locales y compras locales.

Además de ello, es importante mostrar apertura a la información cuando la comunidad o población lo solicite. Teniendo en cuenta que hay información confidencial que la empresa no estará dispuesta a dar, como, por ejemplo, en las empresas exploradoras o junior, los resultados de la perforación diamantina son confidenciales porque de ello depende el negocio que estas empresas puedan hacer, por ello deberá explicarse adecuadamente a la comunidad por qué no se puede dar esta información, mas no negarse a conversar sobre este tema.



Transparentar la información en estos aspectos contribuye a generar confianza, sin embargo, es también sensible la forma y el momento oportuno como se comunica o se entrega esta información.

Las empresas en general se encuentran en un proceso de generar más transparencia en la información, sin embargo, con mucha cautela, dado que por la idiosincrasia de nuestras comunidades (o también dependiendo del nivel de confianza generado) en algunos casos brindar alguna información de manera transparente puede generar mayores expectativas o demandas.

6. ¿Cómo influye la Transparencia Corporativa en la reputación de las empresas mineras?

La imagen y reputación corporativa se mejora definitivamente.

Los *stakeholders* internos (accionistas) tendrían mayor confianza en invertir en una empresa de buena reputación., lo que podría traducirse en mejora de precios de sus acciones en las bolsas de valores.

Los trabajadores y profesionales buscarían integrarse al equipo de trabajo de esta empresa, podrían captar el mejor talento del mercado laboral

Las comunidades tendrían confianza en los nuevos proyectos mineros que se puedan emprender en su territorio. Facilitaría los procesos de negociación de uso de tierras.

7. ¿Qué ventajas ofrece una empresa minera con buen Gobierno Corporativo? ¿Y cómo influye en la transparencia?

Las posibles ventajas serían:

En los Trabajadores, generaría mayor confianza especialmente en el tema sensible del reparto de las utilidades; también podría generar un mayor compromiso sabiendo que laboran en una empresa ambiental y socialmente responsable.

En los trabajadores del área social y ambiental, tendrían protocolos y/o procedimientos claros y definidos para actuar en diferentes situaciones, tendrían una herramienta más para trabajar con las comunidades generando confianza.

En las Comunidades, en el mediano y largo plazo la relación sería más armónica y de mayor confianza, orientando a que las diferencias sean tratadas mediante un diálogo y clima de confianza, reduciendo las posibilidades de conflictos

En las Instituciones Estatales locales se generarían alianzas estratégicas en el mediano y largo plazo. En las instituciones fiscalizadoras podría contribuir a reducir el ánimo sancionador en caso de posibles incumplimientos.

8. ¿Cómo ayudaría contar con un indicador de medición de la Transparencia Corporativa que permita evaluar a las empresas mineras del Perú?

Al asignar un valor mínimo o valor meta del indicador de la Transparencia Corporativa ayudaría en lo siguiente:

Monitorear la gestión social en términos de transparencia

A la toma de decisiones por parte del cuerpo directivo y la gerencia

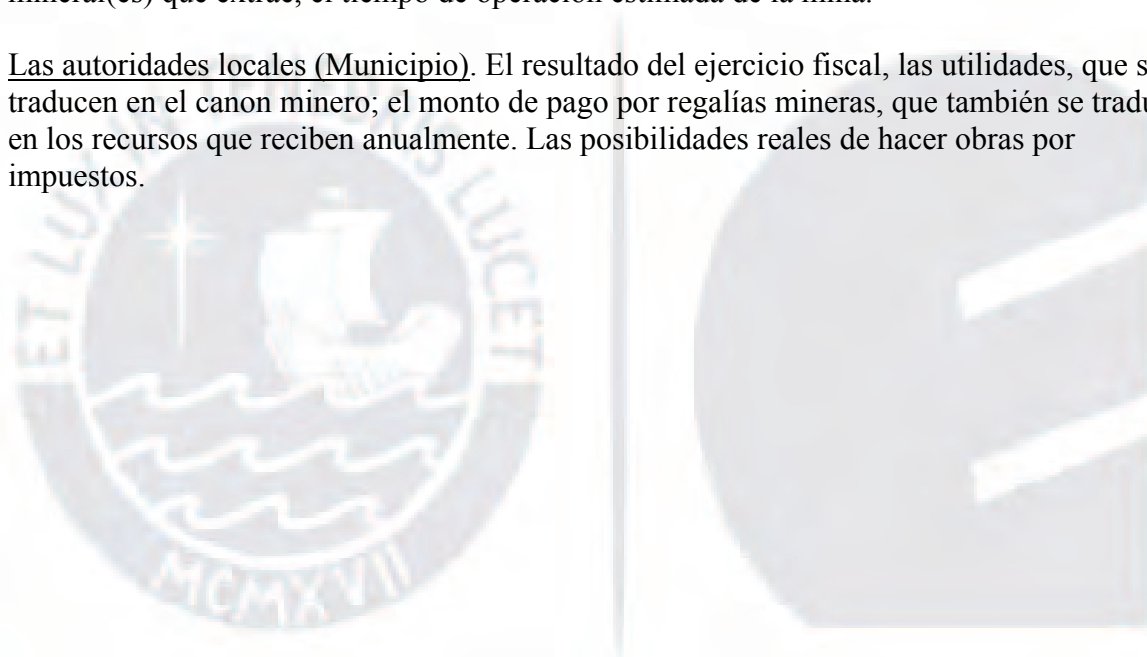
Sería útil para medir, de manera anticipada, la confianza que generará la gestión de la empresa.

9. ¿Qué información de las empresas mineras cree usted que valora más los principales *stakeholders*?

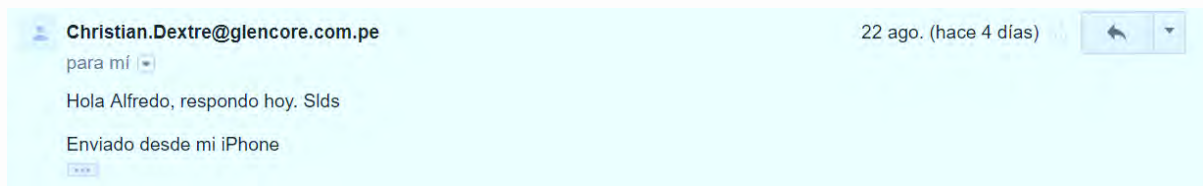
*Stakeholders* Externos

Las comunidades y sus autoridades, valoran la información del manejo de aspectos ambientales referido al agua, suelo y aire, y como afectaría a sus actividades productivas (agrícola, pecuaria, acuicultura, entre otras); el alcance de compromisos como, el empleo local y la posibilidad real de poder vender sus productos a la empresa a mejores precios. El monto de inversión social que realiza la empresa y las posibilidades reales de incrementar esta inversión más allá de sus compromisos. El alcance de sus concesiones, el tipo de mineral(es) que extrae, el tiempo de operación estimada de la mina.

Las autoridades locales (Municipio). El resultado del ejercicio fiscal, las utilidades, que se traducen en el canon minero; el monto de pago por regalías mineras, que también se traducen en los recursos que reciben anualmente. Las posibilidades reales de hacer obras por impuestos.



## Entrevista N° 2: Christian Dextre (Superintendente de gestión ambiental)



1. ¿Cuál cree Ud. ¿Que son las principales causas de los conflictos mineros en el Perú?

1. Desigualdad social y económica.
2. Inexistencia de voluntad y acciones para la reconciliación del país después de la destructiva década del terrorismo, en la cual las poblaciones alejadas sufrieron los abusos y maltratos de ambas partes: El Estado y los terroristas.
3. Inexistencia de una visión compartida del futuro del país.
4. Desatención histórica por parte del Estado de las necesidades de las poblaciones vulnerables y minoritarias alejadas de las ciudades, lugares donde hoy se han descubierto yacimientos importantes de minerales, generando sentimiento de resentimiento social y elevadas expectativas actuales.
5. Evidencia histórica degradante, social y ambiental, por parte de la minería formal.
6. Falta de institucionalidad, lo cual genera desconfianza en la población al ser testigo de la corrupción y la impunidad en todos los niveles del gobierno, evitando esto que la población reciba los beneficios sociales.
7. Escasa capacidad de las empresas mineras para la internalización del concepto de valor compartido, priorizando la rentabilidad para los accionistas.

2. ¿Qué acciones son relevantes para evitar los conflictos mineros?

1. Invertir en investigación social para identificar expectativas contenidas de la población (deudas sociales del Estado) y las brechas de desarrollo en cada lugar.
2. Establecer un plan de largo plazo para ejecución de los proyectos tendientes a eliminar las brechas, mediante la creación de un organismo de alto nivel, técnico, autónomo e independiente (tipo BCR).
3. Institucionalidad y lucha frontal contra la corrupción y la impunidad en el Estado.
4. Estrategia de sensibilización y comunicación clara y permanente de los indicadores de crecimiento y desarrollo. Propiciar una visión compartida del futuro del país.

Entrevista No 3 Alejandro Luis, Aliaga Jara Supervisor mantenimiento eléctrico Planta Concentradora

1) ¿Cuál cree Ud. ¿Que son las principales causas de los conflictos mineros en el Perú?

Las principales causas de los conflictos mineros en el Perú son principalmente, la falta de atención a las comunidades, esa comunicación básica que debe existir entre la empresa minera y la población. Asimismo, atender las necesidades y solicitudes de sus trabajadores. Se requiere un plan estratégico, donde se incluya capacitaciones constantes para los trabajadores y charlas informativas para los pobladores de la zona.

2. ¿Qué acciones son relevantes para evitar los conflictos mineros?

Educación minera, es decir, mantener informado a los pobladores sobre los trabajos mineros que se van a realizar en la zona. De esa forma no existirán malentendidos entre ambas partes. Para ello, es necesario un estudio complejo acerca del impacto ambiental. Con ello no se ve afectado la calidad de vida de la población, se minimiza la contaminación ambiental y la empresa se compromete en realizar proyectos con las mejores estrategias para el desarrollo de la región. Además de incentivar a los trabajadores con mejores sueldos.

3. ¿Cuáles crees que son los *stakeholders* más relevantes para una empresa minera en el Perú y por qué?

Los *stakeholders* primarios, nos referimos a los accionistas, gerentes, trabajadores y los clientes. Los trabajadores porque son los que constituyen el eje principal de una empresa, la columna vertebral. Los gerentes y accionistas porque son la dirección principal en las decisiones del futuro de la empresa, capacitados con el mejor conocimiento en la minería. Y los clientes ya que finalmente para ellos es todo el trabajo realizado.

4. ¿Qué acciones debe hacer una empresa minera para mejorar su relación con sus principales *stakeholders*?

Estar relacionados directamente con un interés real entre los empleadores y los trabajadores. Realizar estrategias de planificación en la capacitación laboral, por ende, en la superación continua de metas y objetivos. La empresa debe proyectar ese trabajo coordinado y conjunto de todas las secciones de la empresa, para que de esa forma pueda obtener la confianza y satisfacción de sus clientes.

5. ¿Qué opina sobre la Transparencia Corporativa? Y ¿Cómo cree usted que es aplicado en las empresas mineras del Perú?

Según mi punto de vista la transparencia corporativa es fundamental para la buena marcha de toda empresa, sobre todo cuando es una sociedad anónima abierta y se cotiza en la bolsa. Deber ser bien canalizado y es aplicado a través de los estados financieros de la empresa, así como de su balance general; así habrá menos incertidumbre sobre la compañía. En las empresas mineras peruanas todavía esto no ocurre completamente y aún se esconde información al respecto.

6. ¿Cómo influye la Transparencia Corporativa en la reputación de las empresas mineras?

Influye en las decisiones que se tomarán desde distintos ámbitos relacionados a la empresa. La Transparencia Corporativa refleja confianza en los accionistas, por ende, habrá mayor inversión y un crecimiento en el desarrollo económico. Además, influye en la conciencia de los trabajadores y la sociedad, no contar con una transparencia corporativa, crea incertidumbre y desencadena en una mala toma de decisiones.

7. ¿Qué ventajas ofrece una empresa minera con buen Gobierno Corporativo? ¿Y cómo influye en la transparencia?

Habría un mejor manejo de recursos, el cual podría ser destinado a sectores específicos de la empresa donde se requiera mayor atención. Contar con un buen gobierno corporativo en todos los niveles, nos asegura que cada miembro corporativo este cumpliendo con su función satisfactoriamente. Promueve la inversión no solo económica, sino también educacional, desarrollo profesional de todos sus miembros. Los trabajadores y empleadores serían más conscientes en sus labores del día a día.

8. ¿Cómo ayudaría contar con un indicador de medición de la Transparencia Corporativa que permita evaluar a las empresas mineras del Perú?

Significaría mayor control y regulación por parte de alguna institución competente. Así como ocurre con certificaciones internacionales de calidad, como los ISOS, etc. Ello permitirá a la empresa saber los puntos clave donde deberá concentrar sus recursos con más empeño. Un indicador de medición de Transparencia Corporativa nos permitirá saber en qué estatus se encuentra una empresa minera y de cuanta inversión se realiza. Con ello podremos ver sus intenciones y planes a largo plazo.

9. ¿Qué información de las empresas mineras cree usted que valora más los principales *stakeholders*?

Un indicador principal es la cotización en la bolsa de valores, tanto para los *stakeholders* primarios como secundarios. Eso es gracias a los estados financieros de la empresa, de sus patrimonios, activos y pasivos. También es importante mencionar la reputación que refleja la compañía en los medios de comunicación y en la población. Algo que es muy relevante para la toma de decisiones.

Alejandro Luis, Aliaga Jara

Sobrestante/Supervisor mantenimiento eléctrico Planta Concentradora Mahr Túnel  
Volcán Compañía Minera S.A.A





Tabla D 3

*Resultados de la Dimensión Social*

Factores	Pregunta	Antamina	Las Bambas	Yanacocha	Southern	Minsur	Volcan	Poderosa	Buenaventura
No Discriminación	¿Incentiva la igualdad de oportunidades laborales?	1.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	0.00
Clientes	¿Muestra información sobre reclamos de clientes?	1.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	¿Revelan a sus principales clientes?	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00
Proveedores	¿Cuenta con un proceso de homologación de proveedores?	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	1.00	0.00	1.00
	¿Es pública la oferta de servicios?	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00
	¿Presentan los Gastos en proveedores locales/Gasto total?	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00
	¿Se detalla el número de proveedores?	1.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	0.00
Recursos Humanos	¿Cuenta con una política de empleo local?	1.00	0.00	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00
	¿Existe un plan de capacitación de sus empleados?	1.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00
	¿Muestran los Indicadores de eficacia y eficiencia?	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00
	¿Presentas las ofertas de empleo de forma pública?	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
	¿Proporcionan datos de Número de empleados?	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
	¿Revela las obligaciones de pensiones con los empleados?	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	0.00
	¿Se detalla el número de empleados por contrato indefinido?	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00
Responsabilidad social	¿Se detalla el número de empleados por contrato temporal?	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00
	¿Existe un plan de Gestión de riesgos?	1.00	0.00	1.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00
	¿Revela su plan de responsabilidad social?	1.00	1.00	1.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00
	¿Cuenta con un Comité de responsabilidad social?	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00
	¿Indican la Inversión en desarrollo social?	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00
	¿Presentan su Política de responsabilidad social?	1.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Seguridad y Salud en el Trabajo	¿Cuenta con indicadores de seguridad y salud en el trabajo (# de accidentes, # de Incidentes etc.)?	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
	¿Cuenta con una política de seguridad y salud?	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	0.00
	¿Indican la Inversión en seguridad y salud laboral?	0.00	1.00	0.00	1.00	0.00	0.00	1.00	0.00



Tabla D 4

*Resultados de la Dimensión Ambiental*

Factores	Pregunta	Las							
		Antamina	Bambas	Yanacocha	Southern	Minsur	Volcan	Poderosa	Buenaventura
Agua	¿Informa acerca del porcentaje y el volumen total de agua reciclada y reutilizada?	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00
	¿Proporciona información acerca de los vertidos y destino de las aguas residuales?	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
	¿Revela las distintas fuentes de captación de agua y el volumen por fuente?	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
Emisión de Gases	¿Informan sobre la Emisión de Gases?	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00
	¿Revelan el origen de la emisión de gases?	0.00	1.00	0.00	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00
	¿Se detalla las acciones llevadas a cabo para reducir la emisión de gases?	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	1.00	0.00
Energía	¿Difunde las acciones llevadas a cabo para incrementar el ahorro de energía mediante conservación o mejoras en la eficiencia?	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
	¿Revela el consumo de energía intermedia?	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
	¿Revela el consumo directo de energía procedente de fuentes primarias?	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
Impactos Ambientales	¿Se revelan las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas?	1.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
	¿Difunde las iniciativas llevadas a cabo para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios?	0.00	1.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	¿Divulga reportes con su desempeño ambiental?	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	1.00	0.00
	¿Revelan el grado de reducción de ese impacto?	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00
Planes Ambientales	¿Difunde el programa o plan de gestión ambiental?	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	1.00	0.00
	¿Informa acerca del total y los tipos de gastos e inversiones ambientales?	1.00	1.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	¿Revelan el plan de contingencias ambientales?	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	¿Revelan el plan de emergencias ambientales?	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	¿Revelan el Plan de Mitigación y adaptación al cambio climático?	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Residuos solidos	¿Informa la cantidad y tipo de residuos generados por la actividad?	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00
	¿Informa sobre reciclado de insumos y otros productos?	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00
	¿Se tienen identificados los impactos ambientales?	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	1.00	1.00	0.00

Tabla D5

*Etapas de Construcción de un Indicador Compuesto*

Etapa	¿Qué comprende esta etapa?	¿Por qué es necesaria?
1. Desarrollo del marco conceptual	En esta etapa se evalúa la base para la elección de las variables o conjunto de variables que son importantes para el modelo.	Permite entender los conceptos y definiciones relacionados al evento a evaluar.  Permite agrupar en subgrupos.  Permite copilar una lista de criterios de selección acuerdo a variables subyacentes.
2. Elección de componentes del indicador	La información debe ser seleccionada de acuerdo a la relevancia que esta tenga respecto al fenómeno estudiado. El uso de variables proxy debe usarse en caso no se cuente con datos suficientes. En esta etapa se incluye el juicio de expertos y participación de <i>stakeholders</i>	Permite revisar la calidad de los indicadores.  Evaluar que tan fuertes o débiles son los indicadores seleccionados  Para tener una tabla resumen donde se pueda agrupar la información de acuerdo a características relevantes.
3. Tratamiento de datos	Es necesaria para poder entregar un grupo de datos completos.	Para estimar valores faltantes  Para medir la confiabilidad de cada valor imputado, de tal manera que se pueda evaluar el impacto de cada imputación en los resultados de los indicadores.  Para evaluar la presencia de valores atípicos dentro de la información.

Tabla 6 (Continuación)

Tabla D5

*Etapas de Construcción de un Indicador Compuesto (continuación)*

Etapa	¿Qué comprende esta etapa?	¿Por qué es necesaria?
4. Análisis multivariable	Debe ser usado para analizar la estructura de la información, con el fin de garantizar su validez y guía de la elección de metodologías subsiguientes.	<p>Verificar la estructura subyacente de la información.</p> <p>Identificar los indicadores que son estadísticamente similares y dan una interpretación de resultados.</p> <p>Para comparar de manera estadística la estructura de la información con el marco teórico y evaluar las posibles diferencias.</p>
5. Normalización de datos	Proceso en el cual se normalizan o estandarizan las variables para que puedan ser comparables entre sí.	<p>Para usar una estandarización adecuada de procedimientos, que respeten el marco teórico y las propiedades de la información.</p> <p>Para evaluar los valores atípicos dentro de la información, ya que pueden convertirse en puntos de referencia no deseados.</p> <p>Para hacer ajustes de escala.</p> <p>Para transformar indicadores que puedan contener sesgo.</p>
6. Ponderación y agregación	Debe realizarse en base a los lineamientos del marco teórico	<p>Seleccionar una adecuada ponderación y proceso de agregación que respete el marco teórico y propiedades de la información.</p> <p>Evaluar problemas de correlación entre los indicadores contabilizados</p> <p>Evaluar si la compensación entre los indicadores debe ser aceptada.</p>

Tabla D5

*Etapas de Construcción de un Indicador Compuesto (continuación)*

Etapa	¿Qué comprende esta etapa?	¿Por qué es necesaria?
7. Análisis de incertidumbre y sensibilidad	Debe realizarse para garantizar la solidez del indicador	<p>Considera un enfoque multi modelo para construir el indicador, y como alternativa para evaluar escenarios en caso exista un indicador.</p> <p>Analizar todas fuentes de incertidumbre posibles en la aplicación del indicador.</p> <p>Para desarrollar un análisis de sensibilidad de las suposiciones y determinar que fuentes de incertidumbre son las que más afectan los puntajes o rangos.</p>
8. Revisión de indicadores Simples	Es necesario volver a revisar los datos para evaluar si los principales componentes son los adecuados o no. La transparencia es necesaria para un correcto análisis y formulación de políticas.	<p>Para evaluar el desempeño del indicador y revelar que es lo que indican los resultados del indicador.</p> <p>Para verificar si existe correlación y causalidad.</p> <p>Para identificar si el indicador compuesto esta por unas pocas variables y evaluar la importancia de las variables.</p>
9. Conexión con otros indicadores	Se debe correlacionar si el indicador tiene relación con otros indicadores existente.	<p>Correlacionar el indicador con otras mediciones, teniendo en consideración el análisis de sensibilidad.</p> <p>Desarrollar análisis de datos basados en los resultados obtenidos.</p>

Tabla D5

*Etapas de Construcción de un Indicador Compuesto (continuación)*

Etapa	¿Qué comprende esta etapa?	¿Por qué es necesaria?
10. Visualización de los resultados	Debe recibir una adecuada atención debido a que la visualización puede influir en la interpretación.	<p data-bbox="1256 424 1966 528">Identificar un conjunto de herramientas que contribuyan a la presentación del indicador a la audiencia.</p> <p data-bbox="1256 560 1966 632">Para seleccionar la técnica de visualización que comunica mejor la información.</p> <p data-bbox="1256 655 1966 689">Presentar el indicador de forma clara y precisa.</p>

*Nota.* Adaptado del “Handbook on constructing composite Indicators methodology and user guide”, por la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico [OCDE], 2008.