

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



CENTRUM PUCP
GRADUATE BUSINESS SCHOOL

Transparencia Corporativa en el Sector Distribución de Energía

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

**OTORGADO POR LA
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**

PRESENTADA POR

Nancy Lisette Alosilla Cruzado

Christian Rodolfo Infante Espinoza

Manuel Antonio Narvarte Castro

Juan Carlos Zubieta Aliaga

Asesora: Beatrice Elcira Avolio Alecchi

Santiago de Surco, noviembre 2018

Agradecimientos

Nuestro sincero agradecimiento a los catedráticos de CENTRUM, por brindar sus conocimientos y experiencias que nos han permitido ser mejores profesionales y mejores personas, a pensar diferente y poder aportar con nuestros nuevos conocimientos en bien de nuestra sociedad. El mayor reconocimiento a nuestra asesora Beatrice Avolio, por sus orientaciones y aportes durante todo el proceso de nuestra investigación. Su conocimiento, asesoría y apoyo incondicional fue importante para poder culminar nuestra tesis con éxito, el aprendizaje durante esta etapa nunca lo olvidaremos.

Dedicatorias

A mis padres Gladys y Edwin, por ser mi principal inspiración. A mi hermana Noemí, por su apoyo constante, a mi familia por su amor incondicional, y a mi novio, Christian por el esfuerzo compartido y las amanecidas.

Nancy Lisette Alosilla Cruzado

A mis hermanos Patricia, Rodolfo y Mónica, por su tiempo y valiosos consejos. A mis padres por su constante esfuerzo y revelarme el camino hacia la superación. A mi novia Nancy, por sus continuos consejos y apoyo incondicional. A mis amigos por darme la oportunidad de aprender de la vida junto a ellos.

Christian Rodolfo Infante Espinoza

A mi esposa Gissela y Samanta, por su paciencia y amor. A mi madre Ana y a mi hermano Guillermo por su constante apoyo.

Manuel Antonio Narvarte Castro

A Dios, por dar la vida a mis padres Carmela y Adolfo. A mi esposa Fresia, gracias por la paciencia y el amor constante. A mi hermana Carmen por su ejemplo y, todas las personas que confiaron en mí en esta nueva etapa de mi vida.

Juan Carlos Zubieta Aliaga

Resumen Ejecutivo

¿Cómo se puede definir la transparencia corporativa? ¿Es posible medirla? El objetivo de esta investigación es responder a estas interrogantes y elaborar un índice de transparencia para el sector de distribución de energía eléctrica en el Perú con el fin de medir el grado de transparencia corporativa en empresas públicas y privadas. El valor de este estudio radica en el énfasis actual de la transparencia corporativa, como factor de generación de confianza para los diferentes grupos de interés. Además de representar un recurso valioso para la toma de decisiones y medir la reputación institucional.

Con respecto a la estructura que seguirá esta investigación; en primer lugar, empezaremos con la revisión de la literatura, a lo largo del cual se analizarán los distintos modelos a nivel mundial. En segundo lugar, se establecerá la metodología a usar para construir el índice, el cual estará conformado por dimensiones y variables debidamente definidas, ponderadas y sustentadas. En tercer lugar, la ponderación de cada una de las dimensiones será sustentada a través del análisis de la metodología AHP, que brindará la consistencia a los resultados obtenidos.

Este índice se aplicará a 22 empresas pertenecientes al sector distribución de energía a través de la recolección de información secundaria. Finalmente, los resultados mostrarán diferencias significativas entre el nivel de transparencia de las empresas que cotizan en bolsa frente a las que no lo hacen.

Abstract

Can corporate transparency be defined? Is it possible to be measured? The main objective of this research is to answer these questions and develop an index of transparency for electricity distribution's sector in Peru. This index will aim to measure corporate transparency in public and private companies. The value of this study lies in the emphasis of corporate transparency. Furthermore, to build up trust among its stakeholders. Besides representing a valuable source for decision making and measure institutional reputation.

Regarding to the structure this investigation will start with literature review. It is important to indicate that through the present work, worldwide models will be analyzed in detail.

Then, the method will be established and to build the index. This index will contain dimensions and variables duly defined, weighted and supported. Also, weighting of each one of the dimensions will be supported through an analysis AHP's methodology, providing consistency to obtained results.

This index will be applied to 22 energy distribution's companies through the secondary information collection. Finally, the results will show significant differences between transparency level of stock exchange listed companies and those that are not.

Tabla de Contenidos

Lista de Tablas	v
Lista de Figuras	viii
Capítulo I: Introducción.....	1
1.1 Antecedentes de la Investigación	2
1.2 Definición del Problema	5
1.3 Propósito de la Investigación	7
1.5 Definiciones Operacionales	7
1.6 Supuestos de la Investigación	8
1.7 Limitaciones de la Investigación.....	9
1.8 Delimitaciones de la Investigación.....	9
1.9 Resumen.....	9
Capítulo II: Revisión de la Literatura.....	11
2.1 Evolución del Concepto de Transparencia	12
2.2 Modelos de Transparencia Corporativa en Europa y Estados Unidos	18
2.3 Modelos de Transparencia Corporativa a Nivel Latinoamérica y en Perú.....	31
2.3.1 A nivel Latinoamérica	31
2.3.2 En Perú.....	37
2.4 Resumen.....	41
2.5 Conclusiones	46
Capítulo III: Metodología.....	48
3.1 Paso 1: Desarrollo de un Marco Teórico	48
3.2 Paso 2: Selección de Variables	49
3.3 Paso 3: La Imputación de Datos Faltantes.....	50
3.4 Paso 4: Análisis Multivariado	51

3.5 Paso 5: Normalización de Datos	53
3.6 Paso 6: Ponderación y Agregación.....	55
3.7 Paso 7: Robustez y Sensibilidad	56
3.8 Paso 8: Volver a los Detalles	58
3.9 Paso 9: Enlaces a otras Variables.....	61
3.10 Paso 10: Presentación y Difusión.....	62
Capítulo IV: Propuesta de Modelo de Transparencia Corporativa	64
4.1 Definición de Transparencia Corporativa.....	64
4.2 Justificación de las Dimensiones.....	65
4.2.1 Información Financiera.....	65
4.2.2 Información Corporativa.....	67
4.2.3 Comunicación y Divulgación.....	67
4.2.4 Ética, Integridad y Rendición de Cuentas.....	70
4.2.5 Responsabilidad Social y Medio Ambiental	73
4.2.6 Gobernanza Corporativa	74
4.3 Variables de las Dimensiones de Transparencia Corporativa.....	77
4.4 Justificación de las Variables de las Dimensiones de Transparencia Corporativa	77
4.4.1 Variables de la dimensión Información Financiera	77
4.4.2 Variables de la dimensión Información Corporativa.....	78
4.4.3 Variables de la dimensión Comunicación y Divulgación.....	79
4.4.4 Variables de la dimensión Ética, Integridad y Rendición de Cuentas.....	79
4.4.5 Variables de la dimensión Responsabilidad Social y Medio Ambiental	81
4.4.6 Variables de la dimensión Gobernanza Corporativa	82
4.5 Calculo del Índice de Transparencia Corporativa.....	85
4.6 Criterios de Ponderación de las Dimensiones.....	85

4.7 Resumen.....	87
Capítulo V: Presentación de Resultados.....	89
5.1 Entorno del Sector de Energía en el Mundo y Perú	89
5.2 Resultados de Modelo de Índice de Transparencia Corporativa en el Sector de Distribución de Energía Eléctrica	94
5.3 Análisis de Resultados de las Tres Primeras Empresas del Ranking ITC-DE	101
5.4 Análisis de Resultados por Dimensiones.....	103
5.5 Análisis de la Transparencia Corporativa en el Sector de Distribución Eléctrica.	110
5.6 Resumen.....	111
Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones	113
6.1 Conclusiones.....	113
6.2 Recomendaciones.....	115
Referencias.....	116
Apéndice A: Índices Transparencia a Nivel Mundial.....	126
Apéndice B: Índices Transparencia a Nivel Latinoamerica y en el Perú	142
Apéndice C: Valoración de las Variables del Modelo de Índice de Transparencia.....	175
Apéndice D: Informe de Conformidad para Sustentación	179
Apéndice E: Declaración de Autenticidad y No Plagio.....	180

Lista de Tablas

Tabla 1	. <i>Definiciones de Transparencia</i>	15
Tabla 2	. <i>Transparencia Óptima, Dinámica y Radical</i>	17
Tabla 3	. <i>Resumen de los Modelos de Transparencia Corporativa a Nivel Europa y Estados Unidos</i>	30
Tabla 4	. <i>Resumen de Modelos de Transparencia Corporativa a Nivel Latinoamérica</i> ...	40
Tabla 5	. <i>Resumen de los Modelos de Transparencia a Nivel Perú</i>	41
Tabla 6	. <i>Resumen de Investigaciones sobre Transparencia a Nivel Mundial, Latinoamérica y Perú</i>	43
Tabla 7	. <i>Compatibilidad entre Métodos de Agregación y Peso</i>	56
Tabla 8	. <i>Fuentes de Incertidumbre durante la Construcción del Índice o Modelo</i>	58
Tabla 9	. <i>Dimensiones y Variables del Modelo de Transparencia Corporativa</i>	84
Tabla 10	. <i>Dimensiones y Variables del Modelo de Transparencia Corporativa</i>	87
Tabla 11	. <i>Puntaje de Índice T&D para Países Emergentes – Año 2000</i>	90
Tabla 12	. <i>Variación en T&D desde 1998 al 2000 por País y Sector Económico</i>	91
Tabla 13	. <i>Método de AHP y Ponderación de las Dimensiones en el Modelo ITC-DE</i>	95
Tabla 14	. <i>Ranking del Modelo de Índice de Transparencia Corporativa en el Sector de Distribución de Energía Eléctrica</i>	97
Tabla 15	. <i>Resultados del ITC-DE por Empresa y Dimensión</i>	99
Tabla 16	. <i>Análisis de Frecuencia de los resultados del ITC-DE</i>	111
Tabla A1	. <i>Dimensiones y Variables del Right to Information (RTI)</i>	126
Tabla A2	. <i>Dimensiones y Variables del Estándar Global Extractive Industries Transparency Initiative (EITI)</i>	129
Tabla A3	. <i>Dimensiones y Variables del Índice de Transparencia (IT) de las páginas web corporativas de las Empresas IBEX 35</i>	131

Tabla A4	. <i>Dimensiones y Variables del e-Gobierno Corporativo y Transparencia Informativa en las Sociedades Cotizadas Españolas</i>	132
Tabla A5	. <i>Dimensiones y Variables del Índice de Transparencia Corporativa (e-ITC) de las Empresas del IBEX 35</i>	134
Tabla A6	. <i>Variables de la Relación entre la Responsabilidad Social Corporativa y la Reputación Corporativa (transparencia)</i>	135
Tabla A7	. <i>Dimensiones y Variables para el Cumplimiento de Indicadores</i>	136
Tabla A8	. <i>Dimensiones y Variables sobre Solidaridad y Transparencia Digital de las Web y Redes Sociales de las ONGs Españolas</i>	138
Tabla A9	. <i>Dimensiones y Variables de la Global Reporting Initiative (GRI)</i>	139
Tabla A10	. <i>Dimensiones y Variables sobre Transparencia en las Organizaciones desde la Perspectiva de los Colaboradores en Empresas de México</i>	140
Tabla B1	. <i>Dimensiones del Índice de Transparencia Corporativa en Empresas de Propiedad del Estado (EPE) en América Latina</i>	142
Tabla B2	. <i>Dimensiones y Variables del Índice de Transparencia Corporativa en Empresas Cotizadas Latinoamericanas</i>	143
Tabla B3	. <i>Dimensiones y Variables del Modelo de Medición Internacional de Transparencia para la Red de Transparencia y Acceso a la Información Pública (RTA)</i>	144
Tabla B4	. <i>Dimensiones del Modelo de Índice de Transparencia Corporativa de Chile Realizado por la Consultora Inteligencia de Negocios</i>	146
Tabla B5	. <i>Dimensiones del Modelo TRAC-Chile</i>	147
Tabla B6	. <i>Dimensiones y Variables del Modelo de Brasil Corporate Governance Index (CGI)</i>	148
Tabla B7	. <i>Índices de Transparencia en las Entidades Publicas (ITEP) en Colombia</i>	149

Tabla B8 . <i>Dimensiones y Variables en el Cumplimiento de los Portales de Transparencia en Sector Energético Peruano</i>	171
Tabla B9 . <i>Dimensiones y Variables en el Acceso de la Información Pública</i>	173
Tabla C1 . <i>Valoraciones de las Variables en el Modelo de Índice de Transparencia para el Sector de Distribución de Energía – Primer Bloque</i>	175
Tabla C2 . <i>Valoraciones de las Variables en el Modelo de Índice de Transparencia para el Sector de Distribución de Energía – Segundo Bloque</i>	177



Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i>	Mapa de elementos de la transparencia corporativa.	12
<i>Figura 2.</i>	Evolución de la transparencia.....	18
<i>Figura 3.</i>	Gasto como porcentaje del PBI 2016.....	59
<i>Figura 4.</i>	Índice de logro tecnológico.	60
<i>Figura 5.</i>	Desempeño de Políticas Migratorias.	61
<i>Figura 6.</i>	Enlace de technology achievement index y gross domestic product per capita...	62
<i>Figura 7.</i>	Connotaciones de transparencia.	68
<i>Figura 8.</i>	Factores de percepción de ética por parte de los stakeholders en las empresas. ...	70
<i>Figura 9.</i>	Índice de integridad pública (IPI) y el control de la corrupción.....	72
<i>Figura 10.</i>	Modelo de gobierno corporativo.	76
<i>Figura 11.</i>	Dimensiones del Modelo de Transparencia Corporativa.	76
<i>Figura 12.</i>	Índice de transparencia medio por sector.....	92
<i>Figura 13.</i>	Índice de transparencia corporativo por sector – Colombia 2012.....	93
<i>Figura 14.</i>	Índice de transparencia corporativa por sector – Perú 2012.	93
<i>Figura 15.</i>	Cumplimiento en publicación del portal de transparencia en organismos del sector energéticos.....	94
<i>Figura 16.</i>	Correlación entre ITC-DE y participación de mercado.	98
<i>Figura 17.</i>	ITC-DE y porcentaje de participación en el mercado para el sector de distribución de energía eléctrica en el Perú.	98
<i>Figura 18.</i>	Comparación de dimensiones del ITC-DE en empresas estatales y privadas que cotizan y no en la BVL.....	100
<i>Figura 19.</i>	Líder/rezagado de las dimensiones del ITC-DE en el Perú.	101
<i>Figura 20.</i>	Primeros tres lugares en el ranking del ITC-DE en el Perú.	102
<i>Figura 21.</i>	Análisis de la dimensión información financiera.	104

<i>Figura 22.</i> Análisis de la dimensión información corporativa.	105
<i>Figura 23.</i> Análisis de la dimensión comunicación y divulgación.	106
<i>Figura 24.</i> Análisis de la dimensión ética, integridad y rendición de cuentas.	108
<i>Figura 25.</i> Análisis de la dimensión responsabilidad social y medio ambiental.	109
<i>Figura 26.</i> Análisis de la dimensión gobernanza corporativa.	110



Capítulo I: Introducción

A inicios de la década pasada, los países de Europa Central y Oriental empezaron una transformación de su modelo económico y de su política gubernamental: estos países iniciaron una migración al capitalismo. La principal dificultad al momento de este cambio estuvo asociada a sus tradiciones legales, siendo uno de los principales retos la sostenibilidad del nuevo modelo capitalista. En dicha transición, fue importante analizar el comportamiento de las empresas en tal contexto: desde conocer la información que revelaban y los criterios por los cuales las mismas no daban a conocer más información. Asimismo, fue significativo examinar si es que el nivel de divulgación dependía de cada país y qué podría explicar esta variación. Con este fin, se analizó la información compartida por las empresas en sus páginas *web* e informes de finanzas. Esta, a su vez, se comparó con lo que legalmente era exigido a ser presentado. Aunque ninguna tuvo una fuerte desviación con respecto a lo solicitado por la ley, el resultado del estudio evidenció que la cantidad de información revelada difería por cada una de las empresas y países. En este mismo sentido, mostró que las empresas mejor establecidas compartían menos información y aquellas con mayor saldo en efectivo y con crecimiento más lento revelaban mayor información (Berglof & Pajuste, 2005).

De acuerdo con lo indicado por Lázaro (2013), la transparencia corporativa se ha convertido en parte primordial del mercado de capitales y, sobre todo, en un elemento que refuerza la tranquilidad de los inversores. Esta es pieza fundamental para establecer los recursos eficientes y el desarrollo de una economía sostenible. Así también, se convierte en un modo de proteger al inversor minoritario. Este autor resalta que desarrollar la transparencia tiene múltiples ventajas: ayuda a los inversores a aumentar su comprensión sobre la administración, permite reducir la desigualdad de la información, amplifica la seguridad del mercado de capitales y estimula el incremento de la inversión extranjera directa.

En el caso de empresas del Estado, la transparencia de sus procesos de gestión está regulada mediante leyes y normas muy estrictas. En el caso de empresas privadas en el Perú, solo están sujetas a la divulgación de información financiera contable las que cotizan en mercados bursátiles. Para ir más allá de la transparencia, entendida como la liberalización de información de la organización tanto hacia dentro como fuera de ella, es necesario que esta vaya de la mano de elementos complementarios para hacerla efectiva. Un complemento es la divulgación de información. Para lograr este fin, se emplean los medios necesarios para alcanzar ampliamente al público, con lo cual se busca tener una clara transmisión de información y asegurar su correcta recepción. Otro complemento para la transparencia es la rendición de cuentas. Esta supone la responsabilidad que asumen los miembros de las organizaciones por los actos que pudiesen contravenir las leyes dentro de sus procesos de negocios en perjuicio de la sociedad. (Lindstedt & Naurin, 2010).

La presente investigación utiliza un enfoque cuantitativo para determinar una herramienta que mida la transparencia en el sector de distribución de energía eléctrica en el Perú. El objetivo del estudio es desarrollar un modelo de transparencia corporativa y aplicarlo a la realidad de la industria de la energía en el Perú, específicamente, en el sector de distribución. En el presente capítulo, se presenta el problema de la investigación, el propósito de la misma y las preguntas guía. Asimismo, se presenta el marco teórico, las limitaciones, delimitaciones y los supuestos de la investigación.

1.1 Antecedentes de la Investigación

En primer lugar, es importante definir transparencia corporativa. En este sentido, Graf (1999) señaló que, con respecto a la corrupción, todavía no se ha desarrollado un modelo que combine un adecuado muestreo, una cobertura del país y una metodología que arroje data confiable para realizar evaluaciones comparativas. Dentro de este contexto, cobra importancia el Índice de Percepción de Corrupción (IPC): instrumento interdisciplinario que

tiene como objetivo proporcionar datos sobre amplias percepciones de corrupción en diferentes países. Como principales características del IPC, se menciona un alto grado de confiabilidad y validez, debido a su enfoque compuesto y por incorporar fuentes con data actualizada. Sin embargo, también se ha identificado como característica resaltante que las variaciones en cuanto al IPC no solo obedecen al nivel de desempeño del país, sino a variaciones en la muestra y en la metodología. Asimismo, dependiendo de las culturas de los distintos países, la definición de corrupción puede poseer diversos matices.

Del mismo modo, Berglof y Pajuste (2005) señalaron que, en los últimos años, muchos países europeos han adoptado políticas de transparencia a través de la implementación de leyes dentro de su reglamentación; sin embargo, este proceso aún continúa en etapa de implementación. Asociado a esto, una característica esencial relacionada a la transparencia es la divulgación de la información. Esta puede ser medida a través de la contratación de un auditor o de contar con un área de gerencia de la transparencia.

A nivel internacional, las investigaciones sobre transparencia corporativa vienen de años atrás. Esto debido a la desconfianza generada por el caso Enron en el 2001. *Standar & Poor's* (S&P) realizó un estudio sobre las prácticas de transparencia y divulgación denominado *Transparency and Disclosure* (T&D). En el artículo, Patell y Dallas (2002) evaluaron a 1,500 empresas, las cuales 1,200 pertenecen a la S&P Global y 300 pertenecen a la S&P / *International Finance Corporation Index* (IFCI) de mercados emergentes. La metodología de T&D identifica 98 elementos a evaluar dispuestos en tres categorías: (a) estructura de propiedad y derechos de inversionistas, (b) transparencia financiera y divulgación de información, y (c) estructura y proceso de la junta y la gerencia.

El estudio se centra, como principal fuente, en los reportes anuales de las empresas y la divulgación de estos. Además, considera regulaciones de otras jurisdicciones para ampliar su alcance e incluir otros documentos de origen. El estudio (a) encontró grandes diferencias

en la cantidad de empresas que divulgan información y las que no; (b) en Estados Unidos, existe un diferencia notable en las empresas basadas solo en los reportes anuales con las empresas que, aparte de estos, añaden otros documentos como los formularios 10K (informe financiero anual que presentan a la *Securities and Exchange Commission* (SEC) las empresas que cotizan en la bolsa); (c) la información que las empresas publican en sus reportes anuales está correlacionada con el riesgo de mercado y las valoraciones y (d) la divulgación no financiera de los reportes anuales necesita mejoras, especialmente, en las áreas de estructura de propiedad, derechos de los inversores, y estructuras y procesos de administración y junta.

En esta relación de empresas, el puntaje más bajo lo obtuvo Latinoamérica y el más alto Reino Unido. Por un lado, Latinoamérica obtuvo 31 puntos. Esto corresponde a un análisis de 89 compañías. Por otro lado, el Reino Unido obtuvo 70 puntos, lo cual corresponde a un análisis de 124 compañías.

Igualmente, Patel, Balic y Bwakira (2002) realizaron una investigación exploratoria con una nueva base de datos de T&D de 19 mercados emergentes para 354 compañías. Estas representan el 70% de la capitalización bursátil del índice S&P / IFCI durante el año 2000 y dos años antes. Esta investigación encontró que los mercados asiáticos y de Sudáfrica tienen una transparencia y divulgación mayor respecto a otros mercados emergentes de América Latina, Europa del Este y Medio Oriente. Asimismo, encontró que, a la fecha del estudio, la brecha de los mercados asiáticos y Sudáfrica respecto a otros mercados iba en aumento. La exploración también encontró que los puntajes obtenidos por Asia, posiblemente, sean un reflejo por mejorar la gobernanza corporativa a raíz de la crisis asiática que empezó en la segunda mitad del año 1997. En este análisis, nuevamente se consideró a Latinoamérica. Con respecto a Perú, se evaluaron a siete compañías peruanas y el resultado ubicó al país en el último lugar de los 19 países. Su estudio también sostuvo que la presencia de un gran accionista tiene un efecto ambiguo sobre los derechos de los accionistas minoritarios. El

estudio revela que cuando grandes inversores poseen una mayor proporción de la empresa, se perjudica y reduce la transparencia hacia los accionistas minoritarios. En este mismo sentido, indicaron que existe una correlación positiva entre el *free-float* con la transparencia y divulgación.

En otro estudio exploratorio realizado en España, Mañas y Montes (2016) dieron a conocer la situación de la transparencia corporativa en dicho país y las tendencias a futuro. Estos datos fueron analizados desde los puntos de vista del sector empresarial, los medios de comunicación y los organismos pro transparencia. En este estudio, los autores compararon las respuestas de los tres puntos de vista anteriormente indicados con la teoría conocida sobre transparencia corporativa y el ámbito normativo existente. Se encontró que aún existe camino por recorrer en el tema de transparencia corporativa en (a) concientizar a las empresas en los beneficios y ventajas que trae consigo la transparencia; (b) en informar adecuadamente; y (c) contar con un flujo de comunicación bidireccional.

1.2 Definición del Problema

El escándalo producido por la constructora Odebrecht en Latinoamérica, y que involucró a cuatro gobiernos en el Perú, tuvo efectos negativos en la sociedad, en la economía y en el ámbito político. Sin embargo, dicho escándalo abre oportunidades de aprendizaje para diseñar herramientas y mecanismos que luchen contra la corrupción.

De acuerdo al último reporte de la organización no gubernamental *Transparency International* (TI), Índices de Percepción de la Corrupción 2017, el Perú se ubicó, con un puntaje de 37, en el puesto 96 de 180 países evaluados; Nueva Zelanda ocupa el primer lugar con 89 puntos; y Somalia, el último lugar con nueve puntos. Para Latinoamérica, Uruguay ocupa el mejor lugar con 70 puntos, ubicándose en el puesto 23, y Venezuela tiene el más bajo puntaje con 18 puntos, situándose en el puesto 169 (Transparency International [TI], 2018).

En el 2013, la Superintendencia de Mercado de Valores (SMV) actualizó la última versión del 2002 del “Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas”. Este se divide en cinco pilares: (a) derechos de los accionistas, (b) junta general de accionistas (propiedad), (c) el directorio (la administración) y la alta gerencia (gestión ordinaria), (d) riesgos y cumplimiento y (e) transparencia de la información. Este código es usado por la Bolsa de Valores de Lima (BVL) en su Índice de Buen Gobierno Corporativo (IBGC). Mediante este se premia anualmente a las empresas que cumplan dicho índice (Bolsa de Valores de Lima [BVL], 2013). En la premiación del año 2017, hubo 16 empresas reconocidas por manejar un buen gobierno corporativo. Dentro de estas, se encontraba únicamente una empresa de energía, Red de Energía del Perú S.A.

Regresando al caso de corrupción de Odebrecht, esta compañía manejaba un alto nivel de Gobierno Corporativo (GC) cuando sucedió el problema de corrupción. Pero, como indicó Michael Munro, actual *Chief Compliance Officer* de Odebrecht Ingeniería y Construcción, en una entrevista ofrecida a Semana Económica, a Odebrecht le faltó transparencia y un alto sentido de compromiso de la alta dirección. Así también indicó que no contaba con un sistema de *compliance* en absoluto (Montoya, 2017). Sin embargo, la constructora Graña y Montero, relacionada al caso Odebrecht, estuvo considerada en IBCG desde su creación, lo cual nos trae una pregunta: ¿fracasa el buen gobierno corporativo en las empresas? Una posible respuesta, sería que no basta cumplir con un buen gobierno corporativo, sino que corresponde ser transparentes también. Ante los continuos problemas de corrupción en el país y la falta de credibilidad de las empresas frente a la sociedad peruana, nos hace falta una herramienta que mida el nivel de transparencia de las industrias en el Perú. El objetivo de la presente investigación será elaborar un instrumento que mida la transparencia corporativa en el sector de distribución de la energía.

1.3 Propósito de la Investigación

El propósito principal de la investigación es desarrollar un modelo completo de medición de transparencia corporativa en el sector de distribución de energía en el Perú.

Los propósitos secundarios son: (a) proponer una definición de transparencia corporativa; (b) establecer las dimensiones que conforman la definición de transparencia corporativa; (c) establecer las variables que conforman cada dimensión; (d) establecer la ponderación respectiva para la construcción del índice; (e) establecer los instrumentos y forma de recolección de datos; y (f) probar el modelo en empresas del sector de distribución de energía eléctrica en el Perú.

1.4 Preguntas de la investigación

El presente trabajo responde las siguientes interrogantes: (a) ¿es posible desarrollar un modelo de transparencia corporativa?; (b) ¿cuál es la definición correcta de transparencia corporativa?; (c) ¿cuáles son las dimensiones y variables del modelo de transparencia corporativa?; (d) ¿es posible establecer una metodología para el modelo de transparencia corporativa?; (e) ¿cuáles son los instrumentos adecuados para la recolección de datos?; y (f) ¿es posible aplicar el modelo de transparencia corporativa en el sector de distribución de energía en el Perú?

1.5 Definiciones Operacionales

Transparencia corporativa es definida como la amplia disponibilidad de información de una organización, la cual posee diversos componentes que se centran en producir, recopilar, validar y difundir información. Para analizar una serie de medidas de acceso y disposición de información, se consideran dos factores distintos: el primer factor, interpretado como transparencia financiera, capta la intensidad y la puntualidad de las revelaciones financieras, así como su interpretación y difusión por parte de los analistas y los medios de comunicación; el segundo factor, interpretado como la transparencia de gobierno corporativo,

considera la calidad de las divulgaciones para que los inversores externos puedan establecer responsabilidades en gerentes y directores. La calidad de divulgación varía de acuerdo a los regímenes judiciales, mientras que la transparencia financiera estará relacionada con las políticas económicas (Bushman, Piotroski & Smith, 2004).

Transparencia de información financiera es la información acerca de la situación financiera de la empresa u organización que se encuentra en los estados financieros y memorias.

Transparencia de gobierno corporativo es la información acerca de la historia de la empresa, misión, visión y valores.

Difusión y divulgación se refiere a la cantidad de información percibida en mensajes u otras comunicaciones, así como la disponibilidad de esa información para las partes interesadas (Schnackenberg, 2011).

Información financiera son los “estándares contables, formatos de entrega, supervisiones y periodicidad en la entrega de la información” (Díaz et al., 2012, p. 12).

Sostenibilidad y medio ambiente es la “descripción y datos sobre políticas de sustentabilidad del negocio y relación con sus grupos de interés” (Díaz et al., 2012, p. 12).

1.6 Supuestos de la Investigación

En la presente investigación, se supone que la información obtenida en los portales de internet de las empresas del sector distribución de energía tales como memoria anual, misión, visión, valores, organigrama, etc., es veraz. Asimismo, se asume que la información obtenida en el portal de internet de la SMV, tales como los estados financieros, son informaciones fehacientes. Esto se sustenta en que esta información está debidamente auditada y se rige por las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

1.7 Limitaciones de la Investigación

Las limitaciones de la investigación son: (a) la recolección de datos está basada en información secundaria; (b) el difícil acceso a la información debido a las estrictas políticas de difusión y confidencialidad por parte de algunas empresas, lo cual dificulta obtener datos precisos; (c) la investigación no contó con la evaluación de juicio de expertos; (d) existe dificultad en la recolección de datos dado que algunas empresas del sector de energía se encuentran fuera de Lima; y (f) los resultados de la investigación no se pueden generalizar a todas las empresas de distribución de energía dado que sólo ocho de las 22 empresas de este sector cotizan en Bolsa, el resto no divulga adecuadamente los Estados Financieros (EEFF) en sus portales.

1.8 Delimitaciones de la Investigación

Las delimitaciones de la presente investigación son: (a) la investigación basa su estudio solo en las empresas de energía peruanas en el sector distribución; que coticen o no en la BVL. Según el Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería (OSINERGMIN, 2016), existen 22 empresas de energía del sector de distribución. La información del 2016 indicó que el 55.27% de la participación total está concentrada en las empresas Luz del Sur S.A.A. y Enel Distribución Perú S.A.A. con 27.79% y 27.48%, respectivamente. De esta lista de 22 empresas, únicamente ocho cotizan en la BVL y representan el 78.05% del total de participación de empresas distribuidoras de energía.

1.9 Resumen

A inicios de la década pasada, se produjo una migración en los países de Europa Central, no solo del modelo económico, sino también de las políticas gubernamentales. Es bajo ese contexto que la migración a un modelo capitalista tuvo gran dificultad, en un principio, debido a la normatividad legal existente. Asimismo, pasó a ser prioridad para cada país conocer la información que las empresas comparten y cuál es la información que no. Las

conclusiones de los estudios realizados en ese entonces fueron: por un lado, las empresas más apalancadas eran las que compartían menos cantidad de información; por otro lado, aquellas que tenían mayor flujo de efectivo y cuyo crecimiento era más pausado compartían mayor cantidad de información. En esta línea, la transparencia corporativa hoy en día tiene gran impacto porque incrementa la confianza de los inversores. Es importante tener presente que el concepto de transparencia corporativa es complementado por la necesidad de rendición de cuentas, lo cual quiere decir que la empresa es responsable por todos los actos que vayan en contra de la normatividad y las leyes de la sociedad. Así empieza a tomar gran importancia el concepto del Índice de Percepción de Corrupción (IPC), instrumento que permitirá tener una mejor percepción de la corrupción en diferentes países. Este indicador puede verse sesgado en cada país dependiendo del nivel de desempeño, la metodología y sobre todo la cultura.

Debido a los problemas de corrupción suscitados en empresas que gozaban de gran prestigio, se abrió la posibilidad de adaptar modelos de transparencia corporativa de otras realidades y aplicarlos a la peruana. En ese sentido, esta tesis pretende elaborar un modelo de transparencia corporativa y aplicarlo en el sector de distribución de energía. La elaboración de la presente tesis se basó en la identificación de varios modelos aplicados a diferentes países y sectores. De estos, se reconoció las dimensiones y variables para identificar transparencia en el sector de distribución de energía en el Perú. En ese sentido, dentro de las principales dimensiones iniciales se encuentran: (a) gobierno corporativo, (b) información financiera y (c) sostenibilidad.

El presente estudio asume ciertos supuestos. Dentro de estos, podemos mencionar que la información obtenida, así como los instrumentos de medición de transparencia son verdaderos. Es importante mencionar que surgen ciertas limitaciones en la investigación al momento de elaborar un modelo de medición a la realidad peruana. Estas están asociadas a la recolección de datos y al acceso a la información del sector distribución de energía.

Capítulo II: Revisión de la Literatura

La transparencia corporativa se relaciona directamente con el gobierno corporativo. En este punto recordamos el caso reciente de la empresa Odebrecht, la cual manejaba una vasta información en su portal web, con amplia accesibilidad a sus inversionistas y al público en general. Adicionalmente, estuvo en la lista del IBGC de la BVL desde la creación de este índice. ¿Fracasó el buen gobierno corporativo de Odebrecht? Nosotros creemos que sí.

La transparencia corporativa es la base sobre la cual se construye la confianza de los accionistas, inversores y hasta del mismo Estado. No es sencillo volverse una empresa transparente, para lograrlo debe existir un alto grado de responsabilidad y compromiso. Asimismo, una empresa no puede indicar que es transparente si no ha realizado actos que lo validen. Actualmente, las empresas que cotizan en bolsa son las primeras en entregar tal documentación, debido a los requisitos que les exigen los mercados de valores. Sin embargo, en el Perú esto es visto aún por muchas empresas como una obligación más que un buen hábito que les asegure sostenibilidad en el tiempo.

En el presente capítulo, se revisa la literatura sobre transparencia corporativa en estudios realizados en Europa, Latinoamérica y Perú. En primer lugar, se presenta literatura sobre varios modelos de transparencia existentes, los cuales intentan reflejar la transparencia corporativa mediante indicadores verificables, junto con una metodología que permite validar la viabilidad del modelo. En segundo lugar, se presentan diversas investigaciones, tanto cuantitativas como cualitativas, que analizan la transparencia corporativa en empresas de países emergentes pertenecientes al S&P Global, empresas del IBEX 35, tanto públicas como privadas, etc.

De la literatura revisada para la presente tesis, se puede establecer que la transparencia corporativa consta de seis elementos: (a) información corporativa, (b) información financiera,

(c) comunicación y divulgación, (d) ética, integridad y rendición de cuentas, (e) responsabilidad social y medio ambiente y (f) gobernanza corporativa. Ver Figura 1.



Figura 1. Mapa de elementos de la transparencia corporativa.

2.1 Evolución del Concepto de Transparencia

El concepto de transparencia hace referencia al acceso de información real, relevante y entendible difundida por las empresas, organismos y grupos de interés.

En relación a los orígenes, no se tiene claro desde cuándo se instauró la transparencia como instrumento de información, supervisión y control de las organizaciones. Sin embargo, la necesidad de conocer este tipo de información por parte de la sociedad se remonta a la antigua Grecia y China. Aristóteles y Confucio indicaron que el logro de un buen gobierno depende de la discrecionalidad de sus líderes. Posteriormente, Adam Smith señaló que la determinación de reglas claras y predictibilidad de estas constituyen premisas de un buen gobierno y del adecuado desarrollo económico del mismo. Por otra parte, Kant mencionó la importancia de la franqueza, apertura y predictibilidad de las normas y leyes en una sociedad, con el fin de facilitar una adecuada convivencia. Finalmente, en Francia, Jean Jaques Rousseau

recalcó la importancia de erradicar el secretismo y la oscuridad en el accionar de los gobiernos, pues son enemigos de las sociedades (De León, 2008).

La transparencia como parte de la normativa en la gestión gubernamental aparece en Suecia en el año 1766 en la Ley de Libre Acceso a las Actas Públicas, la cual tuvo como fin brindar acceso de información a la ciudadanía sobre la gestión pública. De esta manera, se convirtió en medida de control de funcionarios. Tiempo después, en el año 1888 en Colombia, se promulgó el Código de Organización Política y Municipal, la cual permitía a los ciudadanos solicitar documentos de los organismos gubernamentales, salvo que alguna ley dispusiera lo contrario. Ya en el siglo XX, distintos países del mundo promulgaron leyes de acceso a la información: Finlandia en 1951, Dinamarca en 1970 y Estados Unidos en 1966. A este último, le siguieron países como Grecia en 1975, Portugal en 1976 y España en 1978 (Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación [SNTE], 2014). Esto demuestra que la falta de acceso a la información constituye una de las principales preocupaciones para los Estados desde mucho tiempo atrás.

El concepto de transparencia corporativa es entendido como la divulgación de información de una organización pública o privada, la cual se pone a disposición para la evaluación, formación de opinión y toma de decisiones de las personas o partes interesadas. La información divulgada debe contar con las siguientes características: (a) ser relevante, (b) ser oportuna y (c) ser certera. A lo largo de los años, el objetivo de la transparencia ha evolucionado, desde ser un mecanismo de control y fiscalización de entidades y funcionarios gubernamentales hacia un intangible que las empresas han incorporado dentro de sus estrategias para la generación de valor mediante su reputación.

Bushman y Smith (2001) señalaron que la transparencia ayuda a los accionistas a lograr un mayor entendimiento de la gestión, dado que reduce la asimetría de información y genera mayor confianza en los mercados. Esto se evidencia a través de una mayor inyección

de capitales extranjeros y genera un aumento de las fuentes de financiamiento y mejores condiciones de crédito.

El término transparencia corporativa es utilizado por primera vez por Bushman, Piotroski y Smith (2004), quienes la definen como la disponibilidad de información para quienes están fuera de una empresa. En esta propuesta, la transparencia es vista como un sistema multifacético donde los componentes de esta producen, reúnen, validan y difunden información relevante para las partes interesadas externas a la organización. Estos autores analizan dos factores preponderantes; el primero está relacionado a la revelación de información financiera y su divulgación por especialistas, analistas y medios de comunicación; y el segundo analiza los factores concernientes al sistema de gobernanza, interpretado como transparencia de gobierno, donde la percepción de inversores externos se centra en las responsabilidades y deberes de los directores de las empresas. Los autores resaltan que dichos factores están sujetos a las disposiciones legales de cada país. La obligatoriedad de sistemas de transparencia corporativa de un país está estrechamente ligada al desarrollo social y económico de los mismos.

Así pues, en países donde la legislación es pobre o deficiente respecto a la transparencia corporativa, su economía mostrará un crecimiento débil o poco promisorio. Esto debido a que los inversores externos toman en cuenta el marco jurídico legal relacionado a la transparencia para la toma de decisiones. Es decir, cuando las empresas de un determinado país muestran hermetismo u opacidad para la difusión de información debido a que las leyes no las obligan, los inversionistas no tendrán confianza en invertir en las mismas. Como consecuencia, el flujo de capitales externos a estas economías se verá restringido o disminuido. Esta situación afectará el desarrollo y la generación de recursos para un crecimiento sostenido y saludable en estos países.

Las definiciones que existen sobre transparencia corporativa, en esencia, son las mismas, pero presentan ligeras diferencias en cuanto a forma y orientación. En la Tabla 1, se ofrecen diversas definiciones de autores que han realizado estudios en materia de transparencia corporativa.

Tabla 1

Definiciones de Transparencia

Definición	Fuente
La transparencia es aquella que “permite a una persona razonable e informada la toma de decisiones, generando credibilidad hacia la empresa u organización”	CERSE. (2011). Transparencia, comunicación y estándar de los informes y memorias de sostenibilidad.
La transparencia es “un intento deliberado por parte de la organización de crear un entorno de confianza en el que promocionar el acceso libre a la información, la comunicación abierta y la participación de todos los profesionales en la toma de decisiones”	Cabrera, J. (9 de octubre de 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/
La mayoría de las concepciones actuales sobre transparencia atienden más a la disponibilidad que a la accesibilidad de la información. Incluso más, sería casi impensable imaginar leyes que ordenen cómo debiera usarse o procesarse la información que ya se encuentra disponible gracias a las normas sobre transparencia.	Schauer, F. (2014). Transparencia en tres dimensiones. Revista de Derecho, 81-103
Se entiende como asociada con la divulgación de información en relación a individuos, organizaciones y sociedad en general.	Vaccaro, A. y Simon, A (2011) “Transparency in business: The perspective of catholic social teaching and the “Caritas in Veritate”. Journal of Business Ethics, 100: 17-27.
Está determinada por un conjunto de mecanismos de mercado que facilitan la adquisición y procesamiento de la información por parte de inversores, una estructura de mercado que incrementa el contenido de información para consumidores y proveedores y hace que el contrato entre las partes económicas sea más eficiente.	Durnev, A., Errunza, V. y Molchanov, A. (2009): “Property rights protection, corporate transparency, and growth”. Journal of International Business Studies, 40(9): 1533-1562.
Disponibilidad de información a todos los actores en la empresa, tales como principales, agentes y otros <i>stakeholders</i> .	Hebb, T. (2006): “The economic inefficiency of secrecy: Pension fund investors' corporate transparency concerns”
La transparencia sobre el gobierno corporativo es la disponibilidad de información sobre gobernanza a aquellos que están fuera de la empresa.	Bhat, G., Hope, O. y Kang, T. (2006): “Does corporate governance transparency affect the accuracy of analyst forecasts?” Accounting and Finance, 46(5): 715-732

Tabla 1 (*continuación*)*Definiciones de Transparencia*

Definición	Fuente
Aquella cualidad de la información y de las decisiones de gobierno por la cual los inversores pueden conocer en cualquier momento, de modo razonable la situación financiera de la empresa y el comportamiento de aquellas variables clave para su funcionamiento, así como el conjunto de las circunstancias directas o indirectas que manifiestan la existencia de conflictos de interés en el consejo de administración.	Canals, J. y Fontrodona, J. (2006): “Responsabilidad corporativa y gobierno de la empresa”. En La responsabilidad corporativa. Una propuesta para un entorno empresarial más eficiente y socialmente comprometido, Madrid.

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)”, E. Baraibar, 2013, Universidad de Cantabria. p. 38.

Hasta el momento, la transparencia corporativa se circunscribe a la difusión, revelación y divulgación de información hacia los stakeholders, pero existen propuestas que van más allá del cumplimiento de esta función. Así surgen otras definiciones como: (a) transparencia óptima, (b) transparencia dinámica y (c) transparencia radical. En primer lugar, la transparencia óptima se refiere a la cantidad necesaria de información a divulgar, en la cual se debe sopesar si la información divulgada representa un riesgo para la organización. En tal sentido, la cantidad de información revelada debe ser solo la suficiente, de tal forma, que la competencia no pueda usar la misma en contra de la empresa. De esta manera, la transparencia óptima deberá reflejar los propios intereses de las organizaciones (Oxelheim, 2010). En segundo lugar, está la transparencia dinámica, la cual deja de lado la característica unidireccional de la divulgación de información de las empresas. Gracias a las tecnologías en informática y comunicaciones de la actualidad, los grupos de interés tienen la oportunidad de intercambiar opiniones, manifestar sus preocupaciones o puntos de vista sobre aspectos concernientes a la gobernanza corporativa. Esta bidireccionalidad en el flujo de la información fomenta un entorno más favorable para la colaboración en los mercados (Vaccaro & Madsen, 2009).

Finalmente, está la transparencia radical, la cual está muy ligada a la transparencia dinámica y refiere a la adopción de tecnologías, por parte de las empresas, para interactuar con sus clientes y demás grupos interesados, con el fin de ser más transparentes. El uso de tecnologías o plataformas como *blogs*, foros de discusión, sitio web, etc., permitirá a las organizaciones demostrar más apertura y cercanía hacia sus stakeholders. Las organizaciones podrán tener la oportunidad de dialogar con las personas interesadas en conocer y opinar acerca de las mismas (Vargas, 2001). En la Tabla 2, se muestran las definiciones de la transparencia óptima, dinámica y radical, así como los autores de las mismas.

Tabla 2

Transparencia Óptima, Dinámica y Radical

Concepto	Definición	Autores
Transparencia óptima (<i>Optimal transparency</i>)	Perspectiva que aborda la existencia de un nivel de transparencia óptimo, no necesariamente unido a la consideración de que una mayor información se traduce en una mayor transparencia.	Oxelheim (2010)
Transparencia dinámica (<i>Dynamic transparency</i>)	Conjunto de prácticas de gestión basadas en el uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y particularmente herramientas basadas en Internet.	Vaccaro & Madsen (2009)
Transparencia radical (<i>Radical transparency</i>)	Capacidad de la alta dirección de una empresa para emplear tecnologías basadas en Internet, como blogs y sitios web de colaboración, con el fin de crear un diálogo directo y continuo con los clientes y otros stakeholders.	Thompson (2007)

Nota. Tomado de “Contextualización de la Transparencia en la Integración de los Elementos de la Comunicación Empresarial y Aplicaciones Empíricas de la Transparencia Social (Tesis doctoral)”, E. Baraibar, 2013, Universidad de Cantabria. p. 39.

Desde la antigüedad, se ha manifestado la necesidad de transparencia de las organizaciones, inicialmente las gubernamentales, resaltando los beneficios para un buen gobierno y desarrollo de las sociedades. Luego, estas nociones pasaron a convertirse en planteamientos académicos para notar los aportes que la transparencia da en sus áreas de estudio. En el siglo XVII, en Suecia, se dieron las primeras leyes de acceso a información de gestión pública para la ciudadanía. En los últimos años, la necesidad de contar con empresas con apertura para la difusión y divulgación de información en su gestión dio origen al

concepto de transparencia corporativa, el cual adquirió importancia dado que está ligado al valor que los stakeholders percibían de las mismas. Además, se ha vuelto una herramienta estratégica para las compañías que buscan recursos en mercados de valores porque genera confianza e imagen reputacional.

En la Figura 2 se muestra la evolución del concepto de transparencia, mostrando los principales hitos cronológicamente.



Figura 2. Evolución de la transparencia.

2.2 Modelos de Transparencia Corporativa en Europa y Estados Unidos

De acuerdo a lo expuesto por Berglof & Pajuste (2005), poseer un modelo de transparencia se encuentra asociado a la necesidad del gobierno de proteger a los inversionistas y, a su vez, diferenciar entre los intereses de los grandes capitalistas y los

inversores minoritarios. Es así, que uno de los grandes retos del gobierno es lograr que el emprendedor pueda elegir correctamente en qué invertir, esforzarse por reflotar el negocio, divulgar información y, finalmente, retribuir a los inversores.

De acuerdo a lo expuesto por el diario *The Economist*, tras una encuesta a las 105 empresas más grandes del mundo, se evalúa la transparencia mediante las siguientes variables: (a) las reglas y procedimientos internos de una compañía para prevenir la corrupción, (b) la transparencia de su estructura organizativa y (c) la transparencia internacional. Este último punto refiere al momento en que una empresa pública detalla su información financiera sobre las actividades en los países donde opera y cuánto paga de impuestos y regalías en cada gobierno (The Economist, 2012). De acuerdo a lo expuesto por la Organización No Gubernamental (ONG) Acción Social, junto a las variables asociadas al modelo de transparencia, también existen algunos motivadores en la búsqueda de la transparencia del buen gobierno corporativo, dentro de los cuales están: la necesidad interna de una plataforma del tercer sector; y la necesidad de que la herramienta para medir la transparencia corporativa sea objetiva, medible, verificable y, sobre todo, que no pierda el sustento cualitativo. Asimismo, la necesidad de que los indicadores puedan tener una ponderación de acuerdo al contenido que puedan mostrar y, finalmente, la necesidad de tener un sistema confiable y sobre todo verificable (Plataforma de ONG de acción social [POAS], 2015).

De acuerdo a lo expuesto por Schnackenberg (2011), existen tres conceptos importantes sobre los cuales debe desarrollarse el modelo de transparencia corporativa. Estos son: (a) divulgación: la cantidad de información presentada y el grado en que está disponible para las partes interesadas; (b) claridad: el grado en que la selección de medios, la sensibilidad contextual, la coherencia lingüística, la presentación, la gestión del ruido y la

relevancia permiten que tenga lugar la comprensión; y (c) la precisión: el grado en que la información es precisa según la percepción del remitente.

Patel, Balic y Bwakira (2002) realizaron una investigación sobre transparencia y divulgación en 19 mercados emergentes para 354 compañías, los cuales representan el 70% de la capitalización bursátil del índice Standard & Poor's/International Finance Corporation Index (S&P/IFCI). Los datos fueron tomados en los años 1998, 1999 y 2000, y posteriormente fueron compilados del índice S&P global, el cual recopila información anual de más de 1600 empresas en más de 30 países, donde se evalúan los niveles de transparencia. Este índice utiliza 98 variables agrupadas en tres dimensiones: (a) estructura de propiedad y relaciones con los inversionistas, con 28 variables; (b) transparencia financiera y divulgación de la información, con 35 variables; y (c) estructura y proceso de la junta directiva y la administración, con 35 variables. Los resultados de la investigación mostraron que los países emergentes asiáticos tienen un mayor nivel de transparencia y divulgación. Esto, sobre todo, después de la crisis bancaria de 1997. Adicionalmente, se encontró que existen dos variables que se correlacionan positivamente con la transparencia y divulgación: la valoración de la empresa y el capital flotante. En este estudio también se analizó a siete compañías peruanas, las cuales ocuparon el último lugar de 322 compañías analizadas.

El Right to Information (RTI, 2016), con el apoyo de *Access Info Europe* (AIE) y el *Centre for Law and Democracy* (CLD), presentaron en el 2016 sus resultados, los que evalúan el derecho a la información. El cálculo del índice se realiza mediante 61 variables agrupadas en siete dimensiones: (a) derecho de acceso, (b) alcance, (c) solicitud de procedimientos, (d) excepciones, (e) apelaciones, (f) sanciones y, (g) medidas de promoción. La calificación máxima que puede obtener un país es de 150 puntos. Para los resultados del 2016 se evaluaron 111 países, donde el primer lugar lo obtuvo México con 136 puntos; el último lugar lo obtuvo Austria con 32 puntos y Perú ocupó el puesto 43 con 93 puntos. La

calificación RTI detecta las fortalezas y debilidades del marco legal de los países e identifica las áreas a mejorar.

El índice RTI se limita a medir el marco legal de cada país, no la calidad de información y la implementación, esta última depende de la robustez de las leyes gubernamentales de transparencia y divulgación de cada país, es decir, para que la implementación sea efectiva es necesario contar con un marco legal sólido. Desde que se dio a conocer los primeros resultados del índice RTI, este ha sido reconocido mundialmente y es considerado como un estándar importante para evaluar la fortaleza de un marco de derecho a la información. Las dimensiones y variables del índice RTI son mostrados en la Tabla A1 del Apéndice A.

El estándar global Extractive Industries Transparency Initiative (EITI, 2016) publicó su quinta versión actualizada del estándar EITI. Los principios del indicador EITI se basan en que la riqueza que proviene de los recursos naturales de cada país debe beneficiar a todos sus ciudadanos. El país que cumpla con esto evidencia tener altos estándares de transparencia y divulgación de información. Asimismo, la información divulgada incluye cómo se adjudican y registran las licencias, y en cuanto a los beneficiarios, se señala cuáles son las disposiciones legales y fiscales, la producción, la distribución de los ingresos, los pagos, la contribución a la economía, el aporte en el empleo, etc. El estándar del EITI comprende dos partes: la primera, es la implementación; y la segunda, es la gobernanza y gestión. En la primera parte, se encuentra los ocho requisitos sobre transparencia e implementación. (ver Tabla A2 en el Apéndice A). El estándar EITI es de libre acceso y cualquier país que desee mejorar su gestión, transparencia y divulgación de sus recursos naturales puede solicitar convertirse en un país implementador. Existen tres estatus de implementación: (a) país candidato, (b) país en progreso y (c) país cumplidor. Perú está como país cumplidor desde el año 2005.

Asimismo, otra iniciativa importante a nivel mundial fue la creación del Global Reporting Initiative, la cual fue cofundada por la organización sin fines de lucro *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) de Boston y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). Esta institución creó el primer estándar mundial de lineamientos con el objetivo de divulgar información económica, ambiental y de desempeño social, lo cual permitirá crear condiciones de intercambio transparente y confiable con respecto a información de sostenibilidad (Global Reporting Initiative, [GRI], 2011). En primer lugar, es importante entender las razones por las cuales resulta imperativo y necesario contar con una iniciativa de sostenibilidad y cómo la transparencia de información divulgada constituye un componente esencial que permitirá una adecuada interacción entre los diferentes grupos de interés. En segundo lugar, se debe entender que la sostenibilidad implica “satisfacer las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (GRI, 2011, p. 4). A fin de lograrlo, fue necesario la creación de un marco de trabajo mundial, donde se maneje un lenguaje uniforme con normas y parámetros comunes. Esto permitió a las diversas organizaciones elaborar sus memorias, dentro de las cuales comunican de manera clara y transparente temas relacionados a la sostenibilidad en los países donde se encuentren. Este marco de trabajo es aplicable a todas las organizaciones, independientemente del tamaño, sector o ubicación (GRI, 2011).

La transparencia constituye un factor prioritario para los distintos grupos de interés interactuantes: organizaciones, ONGs, inversores, entre otros, por lo cual, las dimensiones que posee el GRI han sido cuidadosamente validadas por diversos expertos y actualmente poseen altos índices de confiabilidad y credibilidad. Como se mencionó anteriormente, el objetivo de las memorias de sostenibilidad es brindar información a los diferentes grupos de interés, internos y externos, acerca del desempeño de la organización con respecto a los

objetivos de sostenibilidad preestablecidos. Este se logrará a través de la medición, divulgación y rendición de cuentas (Global Reporting Initiative, 2011).

Con respecto a la literatura y estudios acerca de transparencia corporativa realizados a nivel mundial, en el Reino Unido se reconoció la necesidad de un acuerdo que permita administrar la riqueza de los recursos naturales (gas, minería y petróleo) dentro del rubro de industrias extractivas, con un alcance en el mercado europeo y, posteriormente, a nivel mundial. En este contexto, se diseñó la *Extractive Industries Transparency Initiative* (EITI), la cual propone que el sector extractivo informe todos los impuestos y tarifas pagadas a los gobiernos. Asimismo, se espera que los gobiernos publiquen los ingresos provenientes del desarrollo de sus actividades, los cuales serán auditados y puestos a disposición del público. De esta manera, los ciudadanos podrán conocer y analizar los ingresos provenientes de uno de los sectores con mayor representatividad en los países.

El conocimiento público del monto de estos ingresos y el uso que se les dará permitirá emitir una opinión informada, a favor o en contra, y desalentará la apropiación indebida de fondos. Esta iniciativa necesita la participación activa de los gobiernos, empresas y sociedad, ya que tiene como objetivo eliminar posibles actos de corrupción y mala gestión (Haufler, 2010). Finalmente, en relación al alcance propuesto por el EITI, se observa que, en la actualidad, cuenta con una arquitectura de gobernanza más elaborada e internacional: ha expandido su membresía y se observa un crecimiento gradual. Sin embargo, también se han encontrado puntos débiles alrededor de este sistema. En primer lugar, los datos comunicados por algunas empresas, que habían sido auditadas, no estaban completos; en segundo lugar, se incluyó a organizaciones que no cumplían con los requisitos mínimos; en tercer lugar, se observó que los ciudadanos, que usan los datos revelados, entre otros obstáculos, no entendían las cifras presentadas (Haufler, 2010).

Sanz y Aliaga (2008) realizaron una investigación en empresas españolas del IBEX-35 en noviembre del 2007. En este estudio analizaron el grado de transparencia informativa mediante la creación de un Índice de Transparencia (IT). En cuanto a la metodología utilizada, se realizó un levantamiento de información en las páginas web corporativas de las empresas para verificar el cumplimiento de las órdenes ministeriales y circulares en ese momento. En su modelo, agruparon 31 variables en seis dimensiones, las cuales son presentadas en la Tabla A3 del Apéndice A. Asimismo, un aspecto importante en su investigación fue el uso de un “Test de Accesibilidad” utilizando un *software* denominado TAW, el cual constituye una herramienta que analiza la accesibilidad de todos los usuarios a los portales web. Posteriormente, se relacionaron los índices de transparencia encontrados con la capitalización de las empresas mediante un sistema lineal. Los resultados de la investigación arrojaron que las empresas financieras, de bienes de consumo e industriales son las más transparentes (Sanz y Aliaga, 2008).

La Comisión Nacional de Mercado de Valores (CNMV) de España publicó en su portal web un estudio realizado por Gandía y Andrés (2005) sobre transparencia informativa. En su estudio, evaluaron la importancia del internet en la mejora del gobierno corporativo y de la transparencia en compañías españolas. En esta investigación, se orientaron a estudiar el contenido y extensión de los informes anuales de las empresas. Estos estudios consideran que si una empresa entrega más (específicamente en los informes anuales), mayor será el grado de transparencia informativa. Este grado de transparencia aumenta si la empresa entrega información de manera voluntaria y no solo la solicitada por la ley.

En la investigación hecha por Gandía y Andrés (2005), se elaboró un índice de transparencia informativa. La composición del índice tomó en cuenta las diversas variables que existen en la mayor parte de códigos de buen gobierno corporativo, las cuales se muestran en la Tabla A4 en el Apéndice A. En este estudio, se elaboraron tres índices que

contienen variables comunes para los tres, pero también algunas variables específicas para cada uno. La idea principal es determinar si el medio de comunicación elegido incide o no sobre la transparencia. Los datos se obtuvieron del informe anual de las empresas estudiadas, de la CNMV y del portal web institucional de cada empresa. El estudio se realizó a 92 compañías diferentes; por un lado, los resultados mostraron que, en general, las empresas españolas muestran un bajo nivel de transparencia informativa en materia de gobierno corporativo; por otro lado, las empresas que pertenecen a la Comisión Nacional de Mercado de Valores tienen mejores resultados respecto a las demás. Este último resultado no es extraño porque estas empresas están obligadas a presentar dicha información. También se evidenció que las empresas aplican la transparencia únicamente como “imagen”, “presencia” o como una manera de “convencer” a sus inversores que sus empresas son viables y confiables.

Igualmente, en un análisis similar de las empresas que conforman el IBEX-35, Guadalupe y Lázaro (2013) realizaron un estudio sobre la transparencia de la información corporativa en internet (e-ITC) de las empresas del IBEX 35. Esta investigación se enfoca en los portales institucionales (portales web) de las empresas, los cuales, en la actualidad, son uno de los medios principales para la diseminación de información. El modelo es una adaptación de otro diseñado por los autores Bonsón y Escobar en el 2006. Este nuevo modelo se basa en 41 elementos de información que deben estar en las páginas web de cada empresa. El índice maneja tres subíndices los cuales son: (a) información financiera; (b) información financiera y relación con inversores; y (c) información sobre gobierno corporativo. Los 41 elementos están disgregados en estos tres subíndices y fueron recogidos de 35 empresas españolas que tenían mayor cotización bursátil. Las dimensiones y variables de este estudio son mostradas en la Tabla A5 en el Apéndice A.

Otro estudio, realizado también en España, se centró en establecer la relación entre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la reputación corporativa. Esta investigación resaltaba el impacto de la transparencia en la reputación, comprendida a través de acciones concretas que van más allá de la divulgación. En este estudio participaron 22 de las empresas españolas más representativas a nivel nacional, cuya data estaba disponible en una plataforma macroeconómica y financiera global, entre el período del 2002 hasta el 2015. En cuanto a la metodología de este estudio, se definieron dos variables principales: (a) responsabilidad social corporativa, (b) reputación corporativa; y cinco variables de control, (c) visibilidad de la acción, (d) impacto ambiental de la actividad, (e) tamaño, (f) desempeño financiero y (g) apalancamiento financiero. Los resultados obtenidos demostraron que la transparencia constituye un mediador entre la RSC y la reputación corporativa. Por ende, divulgar información de manera transparente (información estandarizada y auditada) es una acción de gestión que tendrá un impacto significativo en la mejora de la efectividad de las acciones de RSC (Baraibar-Diez y Luna, 2018). Las variables de este estudio son mostradas en la Tabla A6 del Apéndice A.

Asimismo, la Plataforma de ONG de Acción Social (POAS, 2015), junto con la Plataforma del Tercer Sector, realizaron una investigación sobre indicadores de transparencia y buen gobierno. Sus objetivos fueron los siguientes: (a) tener una plataforma que promueva la transparencia y buen gobierno; (b) poder medir, verificar la transparencia y buen gobierno corporativo; (c) diseñar un sistema de ponderación de los indicadores; (d) tener un sistema creíble y fácilmente verificable. Los resultados de esta investigación permiten tener un conjunto de indicadores necesarios para poder medir el nivel de transparencia y buen gobierno corporativo de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG). La herramienta diseñada en el estudio utiliza indicadores que sean verificables y una metodología que mide el grado de transparencia y buen gobierno en las organizaciones. Estos indicadores son

agrupados en cuatro dimensiones, y son útiles ya que sirven como guía para futuras investigaciones. Las dimensiones y variables usados en esta investigación están detallados en la Tabla A7 del Apéndice A.

Baamonde, García, y Martínez (2017), en su estudio sobre la solidaridad y transparencia digital en las webs y redes sociales de las ONG españolas de acción social, desarrollaron un modelo de transparencia usando una metodología y un cuestionario basado en la ley de transparencia de España, publicado en el 2013. Para el desarrollo de su modelo se basaron en diversos estudios sobre transparencia y seleccionaron los atributos que más encajaban con la investigación que realizaban. Como resultado, se eligió 28 atributos a analizar agrupados en cinco dimensiones: (a) organización interna; (b) rendición de cuentas; (c) socios / donantes / colaboradores; (d) comunicación; y (e) ética y autorregulación. Ver sus dimensiones en la Tabla A8 del Apéndice A. Los resultados arrojaron que 5 de las 28 ONGs no superan el 50% de los 28 atributos y estarían clasificadas como organizaciones no transparentes. Asimismo, 14 de las 28 organizaciones obtuvieron un cumplimiento mayor al 75% y más del 80% superan la mitad de los atributos analizados. Se concluyó que el análisis de transparencia de webs y redes sociales de las ONG españolas no garantiza nada, pero sirve como puesta en marcha de una cultura corporativa basada en transparencia corporativa como un eje fundamental.

También se encontró un estudio cualitativo realizado en España por Mañas y Montes (2016), quienes realizaron entrevistas a profundidad a empresas, medios de comunicación y organizaciones pro transparencia. Los resultados mostraron que la percepción de transparencia constituye un ejercicio que va más allá de la norma, identificándose que uno de los principales beneficios es la relación existente entre la transparencia y la generación de confianza. Del mismo modo, las empresas perciben que la transparencia tiene un enfoque direccionado hacia el exterior de la compañía y que una de las barreras principales, en cuanto

al establecimiento de una cultura de transparencia en España, es la falta de cultura empresarial. Esto evidenció a España como una sociedad menos exigente en este sentido que las del resto de Europa.

Adicionalmente, otro estudio realizado en España tuvo como objetivo analizar el ámbito de divulgación de la información de sostenibilidad en los gobiernos regionales. Se enfocó en este aspecto dado que existe una crisis financiera en las entidades públicas y un reducido número de estudios en este campo. Es importante tener en cuenta que la transparencia y la rendición de cuentas constituyen dos pilares sobre los que el gobierno debe construir el sector público, y para ello, se utilizan los informes de sostenibilidad. Con respecto a la metodología, participaron 17 comunidades autónomas españolas, las cuales contaban con un marco legal común, y estaban obligadas a brindar cierta información en las cuentas anuales.

Con el objetivo de analizar la divulgación de la información, como variable de transparencia, se tomó en cuenta aquella que los gobiernos publican a través de internet. Como lo afirman diversos autores, este elemento ha mejorado la disponibilidad de información y ha permitido romper barreras entre los ciudadanos y las administraciones públicas, ya que se proporciona mayor cantidad de información y con mayor frecuencia (Gandía y Archidona, como se citó en Alcaraz, Navarro & Ortiz, 2017). Con el objetivo de medir la transparencia, se utilizó un índice compuesto por los indicadores pertenecientes al apartado G3 de la guía Global Reporting Initiative (GRI), los cuales se compilaron en un listado de 61 ítems divididos en siete dimensiones. Posteriormente, las dimensiones se agruparon en cuatro bloques: (a) información general; (b) información económica; (c) información social; y (d) información medioambiental (Tabla A9 del Apéndice A).

En las investigaciones realizadas en México, Arredondo, De la Garza y Vázquez (2014) analizaron la percepción de la transparencia desde el punto de vista del colaborador.

En estas se consideró la cobertura, tamaño y sector de las empresas. En su estudio se plantea diversas interrogantes como: (a) si las empresas privadas son más transparentes que las públicas; (b) en qué medida la globalización influye y; (c) si el tamaño de la empresa es un indicador de transparencia (empresas grandes versus empresas medianas y pequeñas). Las variables que considera esta investigación son: (a) diálogo; (b) rendición de cuentas; (c) normatividad; (d) equidad; (e) no corrupción interna; (f) confidencialidad; e (g) integridad y responsabilidad. Las conclusiones principales de su investigación arrojan que las empresas privadas cuentan con una transparencia más sólida respecto a las públicas y son menos susceptibles a caer en temas de transparencia. Esto es, de alguna manera, respaldado por la forma en que operan las empresas públicas. Las dimensiones y variables de este estudio son mostradas en la Tabla A10 en el Apéndice A.

Finalmente, en México, Arellano y Lepore (2009) realizaron un estudio sobre transparencia en empresas públicas, el cual se basó únicamente en empresas que no se encuentran bajo la estructura de control gubernamental y presentan un mayor grado de autonomía. Asimismo, indicaron que la transparencia debe volverse un componente endógeno en estas organizaciones y reconocieron necesario que sea creada, internalizada, que tenga un significado y un sentido. El índice calculado por Arellano y Lepore supone 136 variables agrupadas en cuatro indicadores: (a) indicador de página de internet, sobre la transparencia y acceso a la información pública en sus portales; (b) indicador de calidad normativa, que mide el grado de desarrollo regulatorio; (c) indicador de usuario simulado, que analiza las solicitudes de información y calidad de respuesta en tiempo y forma; e (d) indicador de calidad institucional, que incorpora aspectos de unidades de enlace, comité de acceso de información e instancias de última decisión.

A continuación, se muestra una tabla resumen de los modelos de transparencia corporativa a nivel mundial. Ver Tabla 3.

Tabla 3

Resumen de los Modelos de Transparencia Corporativa a Nivel Europa y Estados Unidos

Año	Modelo	Autor(es)	Enfoque	Dimensiones
2018	Relación entre la responsabilidad social corporativa y la reputación corporativa	Baraibar-Diez y Luna	Empresas privadas que cotizan en bolsa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visibilidad de la acción. 2. Impacto ambiental de la actividad. 3. Tamaño 4. Desempeño financiero 5. Apalancamiento financiero
2017	Solidaridad y transparencia digital de las web y redes sociales de las ONG's españolas	Baamonde, García, y Martínez	ONG's	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organización interna. 2. Rendición de cuentas. 3. Socios/ donantes/ colaboradores 4. Comunicación 5. Ética y autorregulación
2016	Right to Information	Right to Information (RTI)	País	<ol style="list-style-type: none"> 1. Derecho de acceso 2. Alcance 3. Solicitud de procedimientos 4. Excepciones 5. Apelaciones 6. Sanciones 7. Medidas de promoción.
2016	Extractive industries transparency initiative	Extractive Industries Transparency Initiative (EITI)	País	<ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisión por el grupo de multipartícipes. 2. Marco legal e institucional, incluyendo el otorgamiento de contratos y licencias. 3. Exploración y producción 4. Recaudación de ingresos. 5. Distribución de los ingresos. 6. Gasto social y económico. 7. Resultados e impacto. 8. Cumplimiento y fechas límite para los países implementadores.
2015	Indicadores de transparencia y buen gobierno	Plataforma de ONG de Acción Social (POAS)	ONG's miembros de la Plataforma del Tercer Sector	<ol style="list-style-type: none"> 1. Órgano de gobierno y ejecutivo. 2. Misión, visión, valores 3. Base social y apoyo 4. Planificación y rendición de cuentas.
2013	Índice de Transparencia Corporativa en Internet [e-ITC]	Guadalupe y Lázaro	Empresas privadas que cotizan en bolsa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Información corporativa 2. Información financiera y relación con inversores 3. Gobierno Corporativo
2010	Global Reporting Initiative (GRI)	Alcaraz, Navarro y Ortiz	Gobiernos regionales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Información General 2. Información Económica 3. Información Social 4. Información medioambiental

Tabla 3 (continuación)

Resumen de los Modelos de Transparencia Corporativa a Nivel Europa y Estados Unidos

Año	Modelo	Autor(es)	Enfoque	Dimensiones
2008	Índice de transparencia de páginas web corporativas	Sanz y Aliaga	Empresas privadas que cotizan en bolsa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Información Financiera 2. Información Bursátil 3. Información Corporativa 4. Otra información. 5. Estructura y accesibilidad de la página web
2005	e-gobierno corporativo y transparencia informativa en las sociedades cotizadas españolas	Gandía y Andrés	Empresas privadas que cotizan en bolsa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Información relativa al consejo de administración. 2. Junta general de accionistas. 3. Estructura de la propiedad 4. Otras informaciones relacionadas con el buen gobierno
2002	Transparency & Disclosure scores	Patel, Balic y Bwakira	Empresas privadas que cotizan en bolsa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estructura de propiedad y relaciones con los inversionistas 2. Transparencia financiera y divulgación de la información 3. Estructura y proceso de la junta directiva y la administración

2.3 Modelos de Transparencia Corporativa a Nivel Latinoamérica y en Perú**2.3.1 A nivel Latinoamérica**

México y Brasil, en el año 2001, establecieron compromisos de difusión y consolidación de principios de gobierno corporativo. Esto fue propuesto por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y fue dirigido a sectores públicos y privados. Tales compromisos estaban orientados a la implementación de reformas legislativas y de autorregulación, las cuales tenían como objetivo principal, el mercado de capitales.

Posteriormente, países centroamericanos y latinoamericanos como Costa Rica, Colombia y Perú, establecieron lineamientos de aplicación voluntaria de buen gobierno corporativo y transparencia de información, los cuales entrarán en ejecución en el proyecto del Mercado Integrado Latinoamericano (MILA), constituido por las bolsas de valores de Chile, Colombia y Perú. Su objetivo es promover el libre flujo de capitales entre los mercados de valores de los países miembros con una manifiesta exigencia de transparencia y gobernabilidad para los inversionistas (Cardona & Ruiz, 2015).

Estos esfuerzos de los sectores empresariales latinoamericanos ponen de manifiesto la importancia que ha tomado la transparencia, dentro del marco del buen gobierno corporativo, en la gestión de las organizaciones latinoamericanas. La transparencia brinda beneficios en cuanto a la reputación empresarial, la cual repercute en la estabilidad financiera y de los inversionistas. Además de brindar condiciones propicias para atraer más capitales cuando se observa el manejo responsable de las empresas a fin de garantizar sostenibilidad en un largo plazo (Dal Pai, 2016).

Penfold, Oneto y Rodríguez (2015) realizaron un estudio para la Corporación Andina de Fomento (CAF) a través del Banco de Desarrollo de América Latina. Esta investigación propuso un índice de transparencia de gobierno corporativo para las Empresas de Propiedad del Estado (EPE) de América Latina. El índice fue elaborado en base a información pública de 105 empresas del Estado en 13 países a través de sus páginas web. Los países de donde se tomó información son: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Panamá, Perú, Paraguay, Uruguay y Venezuela. Cabe indicar que se tomó únicamente EPE debido a su importancia y tamaño; además, por sus potenciales económico-sociales y porque, en su mayoría, participan en los mercados capitales locales e internacionales. Este índice de transparencia no mide la calidad de información, pero constituye un aporte importante dado que la transparencia y divulgación de información pública es una señal positiva del cumplimiento de buenas prácticas de gobierno corporativo.

La muestra, compuesta por 105 empresas, está distribuida de la siguiente manera: (a) servicios financieros (22%); (b) energía eléctrica (17%); (c) petróleo y gas (13%); y (d) servicios básicos (12%). El índice, en sí mismo, está constituido por cinco dimensiones. Los resultados mostraron una mejor tendencia de transparencia en las empresas listadas en los mercados de valores frente a los de propiedad cerrada. Esto se debe a que las primeras reciben un proceso de monitoreo y regulación estricto por parte de los inversionistas y

calificadoras de riesgo. Las dimensiones de este índice desarrollado se pueden ver en la Tabla B1 en el Apéndice B.

Briano (2014) realizó un estudio para los países latinoamericanos emergentes, en el cual comparó los niveles de transparencia del gobierno corporativo e identificó los factores que motivan a las empresas a ser más transparentes. El índice desarrollado contiene 43 elementos agrupados en cuatro dimensiones: (a) composición y desempeño de la administración; (b) derecho de los accionistas; (c) ética y conflictos de interés y; (d) otras informaciones relacionados al buen gobierno. La investigación se realizó en empresas de mayor liquidez bursátil en Argentina, Chile, México y Brasil. Los resultados indicaron que las empresas mexicanas concentran sus esfuerzos en la ética y conflictos de interés. Asimismo, se encontró que Argentina, Chile y Brasil obtuvieron la mejor puntuación relacionada al buen gobierno. Para los sectores industriales, el sector de energía divulga más información con un porcentaje de 71%; seguido por el sector industrial con 65%; el cuidado de la salud con 65% y el consumo con 63%. Los sectores de tecnología y servicios públicos son los que menos divulgan información. Las variables principales de este índice se pueden ver en la Tabla B2 en el Apéndice B.

La Red de Transparencia y Acceso a la Información (RTA, 2015) presentó su modelo de Medición Internacional de Transparencia y Acceso a la Información. En este se exponen los resultados obtenidos en los países: Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Perú y Uruguay, durante los años 2014 y 2015. Los datos obtenidos para los análisis fueron cuantitativos y cualitativos, los cuales ayudaron a comprender mejor los resultados y tener una visión integral de la transparencia corporativa y acceso a la información. En este estudio, los investigadores aclararon que la información fue validada y complementada por cada contraparte.

El modelo presenta cuatro dimensiones: (a) recurso; (b) proceso; (c) resultado; y (d) impacto. Asimismo, consideraron su modelo tipo *incremental*, y únicamente la dimensión de *impacto* no se consideró en los efectos de medición debido a que ningún país realiza este tipo de medición. Las dimensiones y variables se muestran en la Tabla B3 en el Apéndice B.

Los resultados de este modelo ubican al Perú como el país con menor desempeño en cuanto a transparencia se refiere, lo cual se explica ya que solo fue evaluado con 1 de las 3 dimensiones del modelo. Para el caso de la dimensión, *recurso*, Perú obtiene un resultado superior a los demás países de la región. La realidad cambia cuando se evalúan las dimensiones de *proceso* y *resultado* donde la inexistencia de un órgano de control que garantice la información genera un puntaje mínimo en estas dos dimensiones. Asimismo, se especifica que en el Perú no existe un órgano garante de transparencia y de acceso a la información pública. Adicionalmente, tampoco existe un ente que fiscalice y sancione el incumplimiento de estas normas de transparencia legalmente establecidas. No existen organismos que capaciten, elaboren documentos especializados o establezcan un sistema de transparencia y acceso a la información, así como tampoco hay organismos que atiendan a los pedidos de información pública, velen por la obligación de publicar información en los portales institucionales, realicen estudios sobre transparencia activa a empresas del Estado o privadas. En conclusión, la única institución que realiza labores de supervisión y capacitación es la Defensoría del Pueblo.

Alrededor de setiembre del 2010, en Chile, la consultora Inteligencia de Negocios (IdN, 2010) publicó por primera vez el Índice de Transparencia Corporativa (ITC). Este trabajo fue realizado por la Universidad del Desarrollo (UDD) de Chile, la red global Klynveld Peat Marwick Goerdeler (KPMG) y por la institución Chile Transparente, en el cual se midió la divulgación de información que realizan las industrias a través de sus webs corporativas. Este estudio tuvo un alcance tanto para empresas privadas como del Estado. La

determinación de las variables se realizó producto del levantamiento de información de un grupo de compañías, a nivel mundial, que manejan una política de transparencia. De esa investigación previa, se tomaron 81 atributos informativos que fueron agrupados en seis dimensiones de estudio: (a) presentación de la empresa y sus negocios; (b) gobierno corporativo; (c) información financiera; (d) información para el inversionista; (e) responsabilidad social y ambiental; y (f) misceláneos. Los resultados del reporte indican que el ITC promedio de las 75 compañías chilenas estudiadas fue de 49.4 puntos de 100 y el ITC promedio de las 45 empresas globales fue de 79.5 puntos. Esto evidenció que solo el 63% de la información entregada a sus stakeholders es proporcionada por empresas chilenas. La metodología usada para el cálculo de este índice se basa en la búsqueda de información en los sitios web, con lo cual se verifica la existencia o ausencia de información, mas no garantiza la calidad de la misma. Las dimensiones de este modelo son mostradas en la Tabla B4 en el Apéndice B.

Igualmente, en este mismo país existe una metodología denominada *Transparency in Reporting on Anti Corruption* (TRAC) – Chile. Esta metodología fue definida por Transparency International (TI) y utilizada por la institución Chile Transparente desde el año 2014. López, O’Kuinghttons, González y Martínez (2017) en su último reporte TRAC-Chile 2017 evaluaron a 33 empresas de diversos rubros en relación a varios aspectos: sus niveles de divulgación de información, sus políticas anticorrupción, sus estructuras organizacionales y su información financiera. El objetivo del estudio no fue determinar si una empresa es más o menos proclive a realizar actos de corrupción, sino únicamente evaluar si las empresas están avanzando en temas de reportes de información. Los resultados arrojaron que la dimensión “información financiera” por país de operación, resulta la más compleja al momento de reportar y que la dimensión que más se cumple por empresa es la de información sobre sus

estructuras organizacionales. Las dimensiones de este modelo TRAC-Chile son mostradas en la Tabla B5 del Apéndice B.

En Brasil, la evolución de ciertas prácticas de gobierno corporativo de las empresas brasileñas, que figuran entre 2004 y 2013, se reunió en el índice *Corporate Governance Index* (CGI). Los resultados indicaron que la calidad general de estas prácticas ha mejorado, sobre todo después de la creación de listas de intercambio comercial de miembros voluntarios que requieren mejores prácticas de gobierno corporativo y de divulgación. Sin embargo, la puntuación media del índice CGI fue 5.8 de un total de 10 puntos. Para el año 2013, esta puntuación se consideró baja y evidenció la necesidad de seguir mejorando.

Por otra parte, las empresas presentaron una puntuación baja en la dimensión de ética y conflictos de aspectos de interés de la CGI, en comparación con las dimensiones: divulgación, composición del directorio y funcionamiento, y componentes de derechos de los accionistas. La poca cantidad de empresas que prohíben los préstamos a partes relacionadas y que facilitan la participación en las juntas de accionistas es una preocupación. La disminución en el uso de mecanismos de mejora de control, tales como acciones sin voto y estructuras de control indirectos, era reconocido como un logro notable. Aun así, los acuerdos de accionistas se utilizan cada vez más como instrumentos para interferir con la independencia y aprovechar el potencial bloque de control. El CGI actual consta de 20 preguntas, las cuales cubren cuatro dimensiones generales: (a) divulgación; (b) composición de la junta y el funcionamiento; (c) ética y conflictos de intereses; y (d) los derechos de los accionistas. Estas son mostradas en la Tabla B6 del Apéndice B (Pereira, Carvalhal & Iervolino, 2015).

El organismo Transparencia por Colombia y la Unión Europea consolidaron su trabajo para lograr, en el 2015, los Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) y en el 2016, el Índice de Transparencia Municipal (ITM). El organismo Transparencia por Colombia es parte de la sociedad civil y tiene como uno de sus principales objetivos

garantizar la lucha contra corrupción. En ese sentido, reconocen que la aprobación del estatuto anticorrupción de las leyes antitrámites y de transparencia, así como el acceso a la información pública, han permitido dar las condiciones necesarias para robustecer la gestión pública. Sin embargo, lo más importante es romper la inercia de la puesta en marcha. En ese sentido, el ITEP fue adecuado para lograr la implementación de herramientas de transparencia, anticorrupción y divulgación proactiva. Asimismo, el ITEP continúa afianzándose como la herramienta creada por la Corporación de Transparencia por Colombia desde el año 2002, cuyo objetivo principal es reducir el nivel de corrupción en entidades públicas. El modelo trabaja bajo las siguientes dimensiones: (a) visibilidad;(b) institucionalidad y control y; (c) sanción. A su vez contiene 16 indicadores, los cuales se detallan en la Tabla B7 del Apéndice B. (Corporación Transparencia por Colombia, 2015).

2.3.2 En Perú

El concepto de transparencia en la industria peruana se encuentra como parte de las variables que conforman el Índice de Buen Gobierno Corporativo de las empresas. Este aparece, por ejemplo, en el cálculo del IBGC de la BVL, donde la *transparencia de la información* es uno de los cinco pilares. Igualmente, para las industrias de Perú, existe una aplicación del modelo chileno IdN, cuyas características fueron descritas en el apartado anterior.

En el Perú, se empezó a trabajar de manera voluntaria y autorregulada para la implementación de un mercado regional de valores integrado en el año 2011. En los últimos años, la Superintendencia de Mercado de Valores (SMV), autoridad peruana regulatoria, se ha enfocado en la protección de los accionistas e inversionistas, asegurando el cumplimiento de ciertos niveles de transparencia en el mercado de valores. Tomando como referente las regulaciones internacionales, en nuestro país se desarrolla la normativa basada en los siguientes aspectos: (a) la transparencia de la información de las entidades emisoras de

valores y (b) la transparencia sobre la negociación de valores, aspectos que se encuentran contenidos en los artículos 10, 11 y 12 de la Ley del Mercado de Valores (LMV), Decreto Legislativo N° 861.

En cuanto al primer aspecto, la regulación obliga a los emisores de valores la divulgación o difusión de información relevante, siguiendo principios de simetría, equidad y pertinencia de tiempo hacia los participantes de este mercado. Este marco legal da origen al reglamento de hechos de importancia e información reservada, aprobado por resolución SMV N° 005-2014-SMV/01. Respecto al segundo aspecto, este aborda la eficiencia, difusión y publicación de información relevante para la fijación de precios. Estos elementos son tomados de la Organización Internacional de Comisiones de Valores (OICV) del año 2013, la cual tiene como objetivo que los participantes del mercado de valores cuenten con la información necesaria y pertinente para la toma de decisiones (Rocca, 2015).

Adicionalmente, existe la Ley N° 27806 del 2002 denominada Ley de transparencia y acceso a la información pública. Asimismo, existe la Directiva N° 001-2017-PCM/SGP denominada “Lineamientos para la implementación del portal de transparencia estándar en las entidades de la administración pública”. Gamboa (2013), con el apoyo de la ONG Derecho, Ambiente y Recursos Naturales (DAR) y la organización sin fines de lucro *Open Society Foundations* (OSF), realizó el Reporte de Transparencia del Sector Energético Peruano 2013, en donde se realiza un diagnóstico sobre el cumplimiento de la legislación en los portales de transparencia y el acceso a la información pública de los organismos públicos basados en la ley y la directiva anteriormente descrita. Las dimensiones y variables de cada diagnóstico se muestran en la Tabla B8 y la Tabla B9, respectivamente, en el Apéndice B.

Dentro de las investigaciones realizadas en el Perú, Camacho (2017) realizó el primer estudio longitudinal. Su objetivo fue establecer la relación existente entre las prácticas del buen gobierno corporativo: diversidad e independencia de los miembros del consejo

directivo, y comunicación y transparencia de las empresas peruanas. Estas constituyen variables de transparencia corporativa y del desempeño operativo de organizaciones peruanas listadas en la BVL entre los años 2008 y 2013.

Para ello, se utilizaron las siguientes dimensiones pertenecientes al Índice de Buen Gobierno Corporativo (IBGC): (a) derecho de los accionistas; (b) tratamiento equitativo de los accionistas; (c) comunicación y transparencia informativa; y (d) responsabilidades del directorio. Adicionalmente, las empresas que participaron de este estudio pertenecen a los siguientes sectores: (a) agrario; (b) industrial; (c) minero; (d) servicios públicos y; (e) diversos. En relación a los resultados, se encontró que existe una relación inversa entre la variable “diversidad e independencia de los miembros del directorio” y el “desempeño operativo”, el cual fue medido a través del *Return On Assets* (ROA). En contraposición, se encontró una relación positiva entre la comunicación y la transparencia informativa y el ROA (que mide el desempeño operativo). Esto demuestra que la divulgación de lo que pasa en las organizaciones a través del uso de canales adecuados impactará positivamente en el desempeño operativo.

Finalmente, cabe mencionar que Perú se adhirió a la EITI internacional desde el año 2005. De esta manera, Perú se convierte en el país pionero de Latinoamérica en formar parte de este esquema de trabajo. Las dimensiones y variables del estándar EITI fueron descritas en la parte de modelos de transparencia en el mundo. A continuación, se muestra una tabla resumen de los modelos de transparencia corporativa a nivel Latinoamérica y en el Perú. Ver Tabla 4 y Tabla 5 respectivamente.

Tabla 4

Resumen de Modelos de Transparencia Corporativa a Nivel Latinoamérica

Año	Modelo	Autor(es)	Enfoque	Dimensiones
2015	Índice de transparencia de gobierno corporativo para las EPE de América latina	Penfold, Oneto y Rodríguez	Empresas del estado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marco Legal 2. Dueño identificable 3. Accionistas minoritarios 4. Transparencia e información 5. Funcionamiento del Directorio
2015	Modelo de medición Internacional de Transparencia y Acceso a la Información	Red de Transparencia y Acceso a la Información (RTA)		<ol style="list-style-type: none"> 1. Recurso 2. Proceso 3. Resultado 4. Impacto
2015	Índices de transparencia en las Entidades Públicas (ITEP)	Corporación Transparencia por Colombia	Entidades públicas de Colombia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visibilidad 2. Institucionalidad 3. Control y sanción
2015	Modelo de Brasil Corporate Governance Index (CGI)	Pereira, Carvalhal y Iervolino	Empresas privadas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Divulgación 2. Composición de la junta y el funcionamiento 3. Ética y conflictos de intereses 4. Derechos de los accionistas
2014	Transparencia en las organizaciones desde la perspectiva de los colaboradores en empresas de México	Arredondo, De la Garza y Vázquez	Empresas públicas y privadas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diálogo. 2. Rendición de cuentas 3. Normatividad 4. Equidad 5. No corrupción interna 6. Confidencialidad 7. Integridad 8. Responsabilidad
2014	Índice de Transparencia Corporativa en Empresas Cotizadas Latinoamericanas	Briano	Empresas latinoamericanas con liquidez bursátil	<ol style="list-style-type: none"> 1. composición y desempeño de la administración 2. derecho de los accionistas 3. ética y conflictos de interés 4. Otras informaciones relacionadas al buen gobierno
2010	Índice de transparencia Corporativa de Chile	Universidad del Desarrollo (UDD) de Chile, (KPMG) e institución “Chile Transparente”	Empresas privadas y estado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presentación y negocios 2. Gobierno corporativo 3. Información para el inversionista 4. Información financiera 5. RSE y RSA 6. Misceláneos
2017	Modelo TRAC-Chile	Transparency International (TI)	Empresas de diversos rubros chilenas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Divulgación de políticas anticorrupción 2. Transparencia organizacional 3. Información por país de operación

Nota. RSE = Responsabilidad Social Empresarial; RSA = Responsabilidad Social Ambiental.

Tabla 5

Resumen de los Modelos de Transparencia a Nivel Perú

Año	Modelo	Autor(es)	Enfoque	Dimensiones
2013	Índice de cumplimiento de portales de transparencia	Gamboa	Empresas estatales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Datos Generales 2. Planeamiento y Organización 3. Información Financiera y Presupuestal 4. Proyectos de Inversión Pública 5. Participación ciudadana 6. Información Personal 7. Contratación de bienes y servicios 8. Actividades Oficiales 9. Registro de visitas en línea 10. Información adicional
2013	Dimensiones y Variables en el Acceso de la Información Pública	Gamboa	Empresas estatales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificación y capacidad de gestión de los procesos de acceso a la información pública Evaluación del servicio y atención al ciudadano en procesos de acceso a la información pública.

2.4 Resumen

El presente capítulo muestra el contexto de la transparencia corporativa a nivel mundial, latinoamericano y peruano. El capítulo comienza con la definición de transparencia corporativa, la cual constituye un elemento clave en la construcción de confianza y bienestar de los diversos grupos de interés. Posteriormente, se detallan los diferentes modelos de transparencia corporativa que se encontraron en los tres niveles anteriormente mencionados y, finalmente, se presentan las conclusiones.

En cuanto a la definición de la transparencia corporativa, se menciona las seis dimensiones que la conforman: (a) información financiera; (b) información corporativa; (c) comunicación y divulgación; (d) ética, integridad y rendición de cuentas; (e) responsabilidad social y medio ambiente, y (f) gobernanza corporativa. Asimismo, constituye un constructo estrechamente asociado a la divulgación de la información en organizaciones públicas y privadas, y ha pasado de ser un mecanismo de control y fiscalización, a tomar relevancia como un factor que genera valor agregado a las organizaciones. Finalmente, la falta de transparencia corporativa está asociada a otras variables como: bajos niveles de inversión, pobre crecimiento económico, pobre desarrollo del país, entre otras.

Con respecto a los modelos de transparencia corporativa encontrados en la literatura a nivel mundial, se detallan sus características y las variables que los componen. Asimismo, se evidenció que la transparencia corporativa en el contexto mundial está impulsada por diferentes motivos. Tal es el caso de Reino Unido, que recurrió a desarrollar criterios de transparencia corporativa frente a la necesidad de administrar correctamente la riqueza de los recursos naturales. Asimismo, en España la percepción de la transparencia corporativa se encuentra relacionada con condiciones asumidas por las empresas de manera voluntaria y va más allá de la norma. Finalmente, es importante tener en cuenta que la transparencia está ligada a la información que se entrega de manera voluntaria y no exclusivamente a la solicitada por ley, frente a lo cual, se ha evidenciado que muchas empresas aplicaban prácticas de transparencia solamente con el objetivo de aparentar y convencer a sus inversores de que son empresas confiables, más no porque la consideren como un factor clave dentro de su gestión.

En relación a la literatura encontrada a nivel latinoamericano y peruano, México y Brasil fueron los primeros países en establecer compromisos de divulgación de principios de buen gobierno corporativo. Posteriormente, se unieron Costa Rica, Colombia y Perú, quienes, voluntariamente, establecieron pautas de buen gobierno corporativo, las cuales repercuten directamente en la reputación empresarial y, en consecuencia, en la estabilidad financiera y el bienestar de los inversionistas. Finalmente, algunos estudios han comparado el desempeño de niveles de transparencia en países de América Latina, lo cuales revelaron que el Perú presenta los puntajes más bajos. Sin embargo, a partir del año 2011, se empezó a trabajar de manera voluntaria en un mercado regional de valores integrado, el cual tiene como objetivo velar por el bienestar de los accionistas e inversionistas asegurando la transparencia en el mercado de valores peruano. En la Tabla 6 se elabora un resumen general de los modelos encontrados en la revisión de la literatura.

Tabla 6

Resumen de Investigaciones sobre Transparencia a Nivel Mundial, Latinoamérica y Perú

Nº	País(es)	Modelo	Autor(es)	Enfoque	Nº Dimensiones	Nº Variables	Método	Año	A favor	Limitaciones
01	Varios	Transparency & Disclosure scores	Patel, Balic y Bwakira	Empresas privadas que cotizan en bolsa	3	98	Información del S&P/IFCI	2002	Análisis de 354 empresas de 19 países emergentes.	No presenta modelo, solo resultados.
02	Varios	Right to Information	Right to Information (RTI)	Análisis por país	6	61	Información de las leyes de transparencia y acceso a la información de cada país	2016	Mide la calidad de información.	No mide la calidad de implementación.
03	Varios	Extractive industries transparency initiative (EITI)	EITI	Análisis por país	8	41	Información de los requisitos propios del EITI	2016	País necesita ser aprobado para ser parte del EITI.	Solo evalúa al país y no a empresas.
04	España	Índice de transparencia de páginas web corporativas	Sanz y Aliaga	Empresas privadas que cotizan en bolsa	5	31	Información de las empresas IBEX 35	2008	Presenta resultados y modelo.	No se tuvo evidencia empírica de su modelo.
05	España	e-gobierno corporativo y transparencia informativa	Gandía y Andrés	Empresas privadas que cotizan en bolsa	4	32	Información de sociedades cotizadas españolas	2005	Presenta resultados y modelo.	No analiza el medio por el cual se difunde información
06	España	Índice de transparencia corporativa en internet [e-ITC]	Guadalupe y Lázaro	Empresas privadas que cotizan en bolsa	3	41	Información de las empresas IBEX 35	2013	Encuentra variables que inciden en la transparencia.	Su modelo de regresión es lineal.
07	España	Relación entre la responsabilidad social corporativa y la reputación corporativa	Baraibar-Diez y Luna	Empresas privadas que cotizan en bolsa	2	5	Información de las empresas IBEX 35 del 2002 al 2015	2018	Analiza la relación entre la RSC y la reputación corporativa.	Alcance de análisis: Únicamente analiza 22 empresas.
08	España	Indicadores de transparencia y buen gobierno	ONG de Acción Social	ONG's miembros de la Plataforma del Tercer Sector	4	28	Información de ONG's	2015	Separa indicadores de transparencia y buen gobierno.	Únicamente analiza a ONG's.

Tabla 6 (continuación)

Tabla Resumen de Investigaciones sobre Transparencia a Nivel Mundial, Latinoamérica y Perú

Nº	País(es)	Modelo	Autor(es)	Enfoque	Nº Dimensiones	Nº Variables	Método	Año	A favor	Limitaciones
09	España	Solidaridad y transparencia digital de las web y redes sociales de las ONG's españolas	Baamonde, García, y Martínez	ONG's	5	28	Información de las web y redes sociales de ONG's	2017	No se encontró.	Únicamente analiza a ONG's españolas.
10	España	La transparencia sobre sostenibilidad en gobiernos regionales	Alcaraz, Navarro y Ortiz	Gobiernos regionales	4	61	Información de gobiernos regionales españoles.	2017	Analiza regiones con mejores resultados que analizar países.	Únicamente se centra sobre transparencia en sostenibilidad.
11	México	Transparencia en las organizaciones desde la perspectiva de los colaboradores en empresas de México	Arredondo, De la Garza y Vázquez	Empresas públicas y privadas	8	27	Colaboradores de las empresas.	2014	Analiza su indicador basándose en la percepción de los colaboradores.	No concluye diferencias entre empresa privada y del estado respecto a transparencia.
12	Varios	Índice de transparencia de gobierno corporativo para las EPE de América Latina	Penfold, Oneto y Rodríguez	Empresas del estado	5	30	Información pública en sus páginas web (105 empresas en 13 países).	2015	Ofrece gran cantidad de resultados, donde se incluye al Perú.	Su modelo no puede ampliarse a todo el universo de empresas de Latinoamérica.
13	Varios	Índice de transparencia corporativa en empresas cotizadas latinoamericanas	Briano	Empresas privadas que cotizan en bolsa	4	43	Información en sus páginas web (Argentina, Chile, México y Brasil).	2014	Presenta resultados y modelo de índice.	Análisis de regresión lineal no resuelve problemas causalidad entre variables.
14	Varios	Medición internacional de transparencia para la red de transparencia y acceso a la información pública (RTA)	RTA	Análisis por país	3	8	Información de las leyes de transparencia y acceso a la información de cada país.	2015	Ofrece gran cantidad de resultados, donde se incluye al Perú.	Se mide recursos, procesos, resultados, más no el impacto de la transparencia.

Tabla 6 (continuación)

Tabla Resumen de Investigaciones sobre Transparencia a Nivel Mundial, Latinoamérica y Perú

Nº	País(es)	Modelo	Autor(es)	Enfoque	Nº Dimensiones	Nº Variables	Método	Año	A favor	Limitaciones
15	Chile	Índice de Transparencia Corporativa (ITC)	Inteligencia de Negocios (IdN)	Empresas privadas y estatales	6	81	Información en sus páginas web corporativas	2010	Realiza benchmark internacional con sus resultados.	Muestra por país pequeña.
16	Chile	Transparency in Reporting on Anti Corruption (TRAC)	López, O'Kuinghttons, González y Martínez	Empresas privadas nacionales, privadas extranjeras, estatales, abiertas y cerradas, coticen o no en bolsa	3	47	Información pública de sus páginas web corporativas	2017	Presenta resultados y modelo de índice de empresas chilenas.	Método de análisis de resultados demasiado simple (promedio aritmético).
17	Brasil	Modelo de Brasil Corporate Governance Index (CGI)	Pereira, Carvalhal & Iervolino	Empresas privadas	4	20	Información pública en sus pagina web corporativas y encuestas	2015	Muestra la evolución de empresas brasileñas respecto a gobierno corporativo.	Únicamente se aplica para empresas brasileñas.
18	Colombia	Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP)	Corporación Transparencia por Colombia	Entidades públicas de Colombia	3	16	Información primaria: Páginas web corporativas Información secundaria: Documentos solicitados al estado	2015	Cuenta con una ruta metodológica para la construcción, validación y presentación de resultados.	Presenta gran cantidad de resultados por indicadores, pero no muestra el modelo.
19	Perú	Índice de cumplimiento de portales de transparencia Índice de acceso a la información pública	Gamboa	Empresas estatales	10 2	13 8	Información pública en sus pagina webs corporativas Información solicitada a través de cartas	2013 2013	Analiza los portales de transparencia basándose en las leyes peruanas de transparencia.	Dirigido únicamente al sector energético y empresas estatales. No muestra modelo.

Nota. S&P = Estándar & Poor's; IFCI = International Finance Corporation Index; ONG = Organización No Gubernamental; IBEX 35 = Índice Bursátil de España; RSC = Responsabilidad Social Corporativa.

En conclusión, en nuestro país existen dos entes reguladores de transparencia: la Superintendencia de Mercado de Valores mediante la Ley de Mercado de Valores y la Ley N° 27806 denominada Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, los cuales velan por el cumplimiento de los niveles de transparencia en empresas del sector público y privado. No obstante, con relación a la investigación realizada en torno a la transparencia en el mercado peruano, sólo se ha encontrado un estudio realizado por Camacho (2007), lo cual evidencia que aún falta mucha investigación y desarrollo en cuanto a este tema.

2.5 Conclusiones

Del presente capítulo se extraen las siguientes conclusiones:

1. La falta de transparencia tiene una relación directa con: un pobre crecimiento social y económico del país y, la baja confianza en los mercados.
2. Mayores índices de transparencia están asociados a: una mayor inversión extranjera, aumento de fuente de financiamiento y condiciones de crédito y un impacto positivo en la reputación empresarial.
3. Establecer estándares de transparencia se ha convertido en una herramienta estratégica para las organizaciones que buscan recursos en los mercados de valores.
4. El establecimiento de leyes de transparencia por parte del gobierno tiene como objetivo proteger a los inversionistas, diferenciando los intereses de los grandes capitalistas versus los inversores minoritarios.
5. Algunos gobiernos buscaron cubrir otras necesidades como la gestión y administración de recursos mediante el establecimiento de políticas de transparencia.
6. Se evidencia que gran parte de los estudios sobre transparencia fueron realizados en España. Una posible razón sería que, dentro de Europa, España presenta los

puntajes mas bajos en transparencia, en consecuencia, se evidencia una preocupación en revertir esta situación.

7. En el Perú solo existen dos estudios de transparencia, lo cual, evidencia un pobre desarrollo en esta materia.



Capítulo III: Metodología

En el presente capítulo se detallan los pasos para la construcción del modelo de transparencia corporativa. Para la estructuración de este, nos basaremos en el *Handbook on Constructing Composite Indicators de la Organisation for Economic Cooperation and Development* (OECD). Los pasos sugeridos por este manual para la construcción de un índice son los siguientes: (a) desarrollo de un marco teórico; (b) selección de variables; (c) imputación de datos faltantes; (d) análisis multivariado; (e) normalización; (f) ponderación y agregación; (g) incertidumbre y análisis de sensibilidad; (h) revisión; (i) retorno a los datos; (j) correlación con otros indicadores y (k) visualización de los resultados. Esta secuencia ideal recomendada por el manual de la OECD busca determinar la coherencia y aplicación en el modelo de transparencia de la presente investigación.

3.1 Paso 1: Desarrollo de un Marco Teórico

Según el Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD, 2008), el desarrollo de un marco teórico proporciona la base para la selección y combinación de variables en un indicador compuesto significativo. Todo esto bajo un principio de idoneidad para el propósito. Esto es de suma importancia porque permite una comprensión clara de lo abordado y permite medir el fenómeno de modo multidimensional. Asimismo, posibilita, de ser necesario, la estructuración de los subgrupos del fenómeno. Finalmente, permite compilar una lista de criterios de selección para las variables subyacentes, las cuales pueden ser entrada, salida y proceso. Un fuerte respaldo teórico es el punto de inicio para estructurar indicadores compuestos. El soporte teórico debe establecer claramente el fenómeno a medir y sus subcomponentes, definiendo indicadores y ponderaciones individuales que reflejen su importancia relativa y las dimensiones del compuesto global.

Idealmente, este proceso debería basarse en lo que es conveniente medir y no en qué indicadores están disponibles. Es importante tener en cuenta que no todos los conceptos

multidimensionales tienen sólidos y definidos fundamentos teóricos y empíricos. Tal es el caso de los indicadores compuestos en áreas de: política, competitividad, desarrollo sostenible, preparación para el negocio electrónico, etc., los cuales pueden ser muy subjetivos. Esto porque la investigación económica en estos campos aún es incipiente. La transparencia es, por lo tanto, esencial para construir indicadores creíbles y confiables. Esto implica:

1. Definir el concepto: la definición debe dar al lector un sentido claro de lo que se mide con el indicador compuesto. Debería referirse al marco teórico que vincula varios subgrupos y los indicadores subyacentes. Sin embargo, algunos conceptos complejos son difíciles de definir y medir con precisión. Otros pueden estar sujetos a controversia entre las partes interesadas. En última instancia, los usuarios de indicadores compuestos deben evaluar su calidad y relevancia.
2. Identificar los criterios de selección para los indicadores subyacentes: los criterios de selección deberían funcionar como una guía para determinar si un indicador debe incluirse o no en el índice compuesto global. Debe ser lo más preciso posible y debe describir el fenómeno que se está midiendo, es decir, entrada, salida y proceso. Con demasiada frecuencia, los indicadores compuestos incluyen tanto medidas de entrada como de salida.

3.2 Paso 2: Selección de Variables

El segundo paso debe basarse en la solidez analítica, la mensurabilidad, la cobertura del país y la relevancia de los indicadores compuestos para el fenómeno. Así también, en la relación entre los mismos indicadores. Adicionalmente, el uso de variables representativas debe considerarse cuando los datos son escasos. En este paso está prevista la participación de expertos y partes interesadas (OECD, 2008).

En primer lugar, están las fortalezas y debilidades de los indicadores compuestos. Estas se derivan de la calidad de las variables subyacentes. Idealmente, estas deberían seleccionarse en función de las siguientes características: relevancia, solidez analítica, oportunidad, accesibilidad, etc. Asimismo, se debe tener en cuenta que la falta de datos relevantes puede limitar la capacidad para construir indicadores compuestos sólidos. Por ende, frente a la posible escasez de datos cuantitativos (internacionalmente comparables), los indicadores compuestos a menudo incluyen datos cualitativos provenientes de encuestas o de la revisión de políticas (OECD, 2008).

En segundo lugar, es importante tener en cuenta que las medidas representativas se pueden usar cuando los datos deseados no están disponibles o cuando la comparabilidad entre países es limitada. Asimismo, en el caso de los datos flexibles, se debe tener cuidado con el uso de indicadores indirectos. En la medida en que los datos lo permitan, la exactitud de las medidas representativas debe verificarse a través del análisis de correlación y sensibilidad.

Finalmente, se debe prestar mucha atención si el indicador en cuestión depende del PBI u otros factores relacionados. Es decir, se recomienda que, a fin de contar con una comparación objetiva entre países pequeños y grandes, se deberían escalar las variables mediante una medida de tamaño adecuada (población, ingresos, volumen de comercio, área de tierra poblada, etc.). Esto dependiendo del tipo de variables seleccionadas: indicadores de entrada, salida o proceso. Debe existir una correlación con la definición del indicador compuesto deseado (OECD, 2008).

3.3 Paso 3: La Imputación de Datos Faltantes

El OECD (2008) considera necesario este paso para proporcionar un conjunto de datos completos a través de una o varias imputaciones, dado que los datos faltantes, a menudo, obstaculizan el desarrollo de indicadores compuestos sólidos. Estos datos pueden faltar de manera aleatoria o no aleatoria, y siguen los siguientes patrones:

1. Desaparición completamente al azar (MCAR): los valores faltantes no dependen de la variable de interés ni de ninguna otra variable observada en el conjunto de datos.
2. Desaparición al azar (MAR): los valores faltantes no dependen de la variable de interés, sino que son condicionales a otras variables en el conjunto de datos.
3. No desaparición al azar (NMAR): los valores faltantes dependen de los valores mismos.

Adicionalmente, existen tres métodos generales para tratar los datos faltantes, los cuales son: (a) eliminación de casos; (b) imputación única e; (c) imputación múltiple. Con respecto al primero, también se le llamó “análisis completo de casos”. Este omite los registros faltantes del análisis. Sin embargo, también ignora posibles diferencias sistemáticas entre muestras completas e incompletas. En relación a los otros dos enfoques, consideran los datos faltantes como parte del análisis e intentan realizar una sola imputación (OECD, 2008).

En lo que se refiere a la incertidumbre de los datos imputados, esta deberá reflejarse mediante estimaciones de varianza, lo cual permite analizar el impacto de la imputación. Se sabe que la imputación única subestima la varianza. En contraposición, un método efectivo es la imputación múltiple, ya que proporciona varios valores para cada valor perdido. Como resultado, se representa con mayor eficacia la incertidumbre producto de esta imputación. Finalmente, es importante tener en cuenta que ningún modelo de imputación está libre de suposiciones y, por lo tanto, los resultados deben revisarse minuciosamente para conocer sus propiedades estadísticas (OECD, 2008).

3.4 Paso 4: Análisis Multivariado

Según el OECD (2008), este paso debe usarse para estudiar la estructura general del conjunto de datos, evaluar su idoneidad y orientar las opciones metodológicas posteriores. En primer lugar, permite verificar la estructura subyacente de los datos a lo largo de las dos

dimensiones principales, a saber, indicadores individuales y países. En segundo lugar, permite identificar grupos de indicadores o grupos de países que son estadísticamente "similares" y proporcionan una interpretación de los resultados. Finalmente, permitirá comparar la estructura determinada estadísticamente del conjunto de datos con el marco teórico y discutir las posibles diferencias.

La naturaleza subyacente de los datos debe analizarse cuidadosamente antes de la construcción de un indicador compuesto. Este paso preliminar es útil para evaluar la idoneidad del conjunto de datos y proporcionará una comprensión de las implicaciones de las elecciones metodológicas: ponderación y agregación, durante la fase de construcción del indicador compuesto. La información se puede agrupar y analizar a lo largo de dos dimensiones del conjunto de datos: indicadores individuales y de países.

1. Agrupación de información sobre indicadores individuales: en primer lugar, es importante decidir si la estructura anidada del indicador compuesto se definió correctamente (vea el Paso 1) y si el conjunto de indicadores individuales disponibles es idóneo para describir el fenómeno (vea el Paso 2). Esta decisión puede basarse en la opinión de expertos y la estructura estadística del conjunto de datos. Se pueden utilizar diferentes enfoques analíticos, como el análisis de componentes principales, para explorar si las dimensiones del fenómeno son estadísticamente equilibradas en el indicador compuesto. De lo contrario, podría ser necesaria una revisión de los indicadores individuales. El objetivo del análisis de componentes principales (PCA) es revelar cómo cambia la relación de las diferentes variables entre sí y cómo están asociadas. Esto se logra al transformar las variables correlacionadas en un nuevo conjunto de variables no correlacionadas, mediante una matriz de covarianza o su forma estandarizada, la matriz de correlación. El análisis factorial (FA) es similar al PCA, pero se basa en

un modelo estadístico particular. Una forma alternativa de investigar el grado de correlación entre un conjunto de variables es utilizar el coeficiente alfa de Cronbach (c-alfa). Este es la estimación más común de consistencia interna en los elementos de un modelo o encuesta. Estas técnicas de análisis multivariante son útiles para obtener información sobre la estructura del conjunto de datos del compuesto. Sin embargo, es importante evitar análisis multivariados si la muestra es pequeña en comparación con la cantidad de indicadores porque los resultados no tendrán propiedades estadísticas conocidas.

2. Agrupación de información sobre países: el análisis de conglomerados es otra herramienta para clasificar grandes cantidades de información en conjuntos manejables. El análisis de conglomerados también se utiliza en el desarrollo de indicadores compuestos para agrupar información sobre países en función de su similitud en indicadores individuales. Asimismo, sirve como: (a) un método estadístico de agregación de los indicadores; (b) una herramienta de diagnóstico para explorar el impacto de las elecciones metodológicas realizadas durante la fase de construcción del indicador compuesto; (c) un método de diseminación de información sobre el indicador compuesto sin perderlo en las dimensiones de los indicadores individuales; y (d) un método para seleccionar grupos de países para la imputación de datos faltantes con el fin de disminuir la varianza de los valores imputados. Cuando el número de variables es grande o cuando se cree que algunas de ellas no contribuyen a identificar la estructura de agrupamiento en el conjunto de datos, los modelos continuos y discretos pueden aplicarse secuencialmente.

3.5 Paso 5: Normalización de Datos

A menudo, un indicador compuesto maneja variables de diferentes unidades. Se precisa, en este sentido, que un indicador sea únicamente la suma de sus partes. Pero, para

sumarlas, todas las variables deben estar en la misma unidad. Diferentes métodos de normalización producirán resultados diferentes para el indicador compuesto (OECD, 2008). En la normalización del indicador compuesto, se calcula la distancia entre el valor que obtuvo el parámetro del indicador en la métrica de medición y el valor mínimo que puede obtener este mismo parámetro. Todo esto en relación a la distancia entre el valor máximo y mínimo en la métrica de medición (Herrera, Arias & Colín, 2017).

El método utilizado en el índice de transparencia corporativa es el de Min-Max., cuyo valor resultante fluctúa entre 0 y 1, donde el óptimo es 1. Para este se utiliza la siguiente fórmula.

$$I_{qc}^t = \frac{x_{qc}^t - \min_c(x_q^{t_0})}{\max_c(x_q^{t_0}) - \min_c(x_q^{t_0})}$$

Donde:

I_{qc}^t = Indicador normalizado.

x_{qc}^t = Valor del parámetro en la métrica de medición.

$\max_c(x_q^t)$ y $\min_c(x_q^t)$ = Valores máximo y mínimo del valor x_{qc}^t .

Se debe tener en cuenta que, como este método de normalización opera sobre los valores extremos de la variable, este se distorsiona cuando existen registros atípicos. Igualmente, si los valores registrados de una variable están dentro de un sub-intervalo corto, el resultado del valor normalizado abriría el rango de los registros (Schuschny & Soto, 2009). Es decir, no deben existir variables con “mucho ruido”.

Uno de los sustentos por el cual se eligió el método de normalización Min-Max es que trabaja bien con valores positivos. Para el caso de la propuesta de transparencia corporativa, siempre se tendrá valores positivos. Caso contrario sucedería si se escogiera métodos como el z-score. Por ejemplo, si se analiza el “riesgo financiero”: este puede tomar valores negativos o el mismo valor de cero. Para esto no se podría utilizar Min-Max puesto que el valor de cero es

un buen desempeño. Esto último va en contra del método de Min-Max donde el valor de cero se aplica al mínimo valor y este no siempre indica que es el mejor desempeño. Una de las ventajas conocidas de este método es que preserva las relaciones entre los datos y no genera algún sesgo entre ellos.

3.6 Paso 6: Ponderación y Agregación

Respecto a la ponderación, el OECD (2008) señala que los indicadores deben ser ponderados y agregados de acuerdo al marco teórico. Los problemas de correlación y compensación entre indicadores deben considerarse y corregirse como características del fenómeno que deben retenerse en el análisis. Igualmente, nos indica que existen varios métodos para la asignación de pesos, aunque advierte que son esencialmente juicios de valor. Algunos analistas pueden elegir ponderaciones basadas solo en métodos estadísticos y otros pueden recompensar o castigar los componentes que se consideran más o menos influyentes, según la opinión de los expertos.

El método elegido para el modelo de transparencia corporativa es el *Analytic Hierarchy Process* (AHP) propuesto por Thomas Saaty (como se citó en Ramírez, 2004), el cual indica que este procedimiento es una comparación por pares de los criterios. Estos parten de una matriz cuadrada en la cual el número de filas y columnas está definido por el número de criterios a ponderar. De esta manera, se logra crear una matriz de comparación entre pares de criterios, donde se compara la importancia de cada uno de ellos con el resto. Posteriormente, se establece el auto vector principal, es decir, una ecuación matricial, que establece los pesos de cada criterio.

Las principales ventajas del método AHP radican en: (a) puede ser usado para datos cualitativos como cuantitativos; (b) la ponderación se basa en opinión de expertos y no en manipulaciones técnicas; (c) la opinión de expertos refuerza el modelo y da legitimidad durante su elaboración (OECD, 2008). Respecto a la agregación, el *Handbook on*

Constructing Composite Indicators (2008) señala la compatibilidad entre el método de agregación y peso (ver Tabla 7).

Debido a que el método de ponderación aplicado al modelo de transparencia corporativa es el AHP, los únicos métodos compatibles de agregación son el lineal y el geométrico. Schuschny y Soto (2009) indicaron que el método más conocido es la media aritmética. Una vez normalizadas las variables y calculados los factores de pesos, el indicador compuesto se calcula de la siguiente manera:

$$CI_c = \sum_{q=1}^Q w_q I_{qc}$$

Donde:

I_{qc} = Indicador normalizado.

w_q = Factores de ponderación.

El factor de ponderación es el calculado con el método AHP, igualmente, en este método de media aritmética es deseable que los indicadores sean preferentemente independientes entre sí. (Schuschny & Soto, 2009).

Tabla 7

Compatibilidad entre Métodos de Agregación y Peso

Método de peso	Métodos de agregación		
	Lineal	Geométrico	Multi criterio
AHP	Si	Si	No

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

3.7 Paso 7: Robustez y Sensibilidad

Cuando se construye un indicador, debe tomarse en cuenta los criterios o los juicios al momento de su conceptualización y modelamiento. Los juicios a considerar se dan cuando se realizan las siguientes etapas: (a) la selección de subíndices, en nuestro caso dimensiones; (b)

método de normalización de datos; (c) determinación de los pesos o ponderaciones; (d) métodos de agregación y; (e) falta de datos, etc. (OECD, 2008).

La solidez o robustez del índice compuesto, como se presupone en este documento, se cimentará en la consideración de la incertidumbre y sensibilidad subyacentes en la medición del mismo. La incertidumbre está asociada a la variabilidad o al grado de dispersión en la medición de una variable en torno a un resultado. La existencia de este fenómeno no necesariamente resta validez al resultado de la medición. Por el contrario, la incorporación o consideración de la incertidumbre dentro del modelo le confiere o incrementa el nivel de confianza o validez a la medición (Sáez & Font, 2001). Para el análisis de la incertidumbre, se puede hacer uso de distintos métodos.

El análisis de sensibilidad proporciona una medida del efecto en la variación de los valores de una variable en el resultado del modelo. Así pues, la capacidad de detectar diferencias o el impacto de la variabilidad de los resultados de las mediciones (Quezada, 2007). La importancia de contar con un análisis de la incertidumbre-sensibilidad radica en que este determinará la confianza y transparencia del proceso de construcción del modelo, mediante la determinación de la variabilidad y dispersión de los valores de las variables, además de realizar la evaluación de los componentes del modelo. Esta última consistirá en medir la fluctuación o razón de cambio de los componentes. Así pues, ante pequeñas variaciones en los resultados contenidos en los componentes y variables, podrán representar un cambio importante o significativo en el resultado del modelo (Schuschny & Soto, 2009). La identificación de las fuentes de incertidumbre intrínsecas de cada componente del indicador compuesto es fundamental. Por lo tanto, se debe tomar en cuenta las posibles fuentes de las mismas. En la Tabla 8, se presentan las posibles fuentes de incertidumbre durante las etapas de la construcción del índice o modelo.

Tabla 8

Fuentes de Incertidumbre durante la Construcción del Índice o Modelo

Etapa	Detalle
Desarrollo de Marco Conceptual	La elección del modelo para estimar los errores de medición de los datos.
Desarrollo de Marco Conceptual	El mecanismo y marco metodológico utilizado para incluir o excluir sub-indicadores en el indicador sintético.
Análisis multivariado	La forma en que los sub-indicadores son transformados, determinando escalas, correlación y simetrías, etc.
Normalización	El tipo de esquema de normalización o estandarización empleado con el fin de eliminarlos efectos de escala que pudiera haber
Imputación de datos faltantes	La cantidad de datos perdidos y la elección del método de imputación usado para llenar dichos vacíos.
Ponderación y agregación	El método de determinación de los factores de peso.
Ponderación y agregación	Los niveles de agregación de la información si es que se superponen o complementan varios de ellos.
Ponderación y agregación	La elección de sistema de agregación de los sub-indicadores y variables.

Nota. Adaptado de “Guía metodológica Diseño de indicadores compuestos de desarrollo sostenible”. Schuschny, A., & Soto, H. (2009). Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 7-105.

3.8 Paso 8: Volver a los Detalles

En esta etapa del proceso de creación del modelo, se busca establecer cuáles son los componentes que tienen una mayor relevancia en el resultado del índice compuesto. Al desagregar el indicador resultante en sus componentes, se puede medir la contribución individual en el resultado. De modo contrario, al comparar resultados globales, no se puede tener visibilidad de cuales son aquellos sub-indicadores o componentes que tuvieron un mejor desempeño que otro (OECD, 2008). Por esta razón, el investigador debe realizar el análisis desagregado del desempeño de los componentes del modelo. Así podrá establecer si el desempeño final es homogéneo o no. Lo que se busca es profundizar en la raíz o naturaleza del resultado, evaluando individualmente el comportamiento de los componentes en el resultado final.

Para realizar esta tarea, se puede hacer uso de diversas herramientas de presentación de los datos resultantes, sobre los cuales el evaluador podrá establecer causalidades que lleven a estrategias para mejorar el proceso de toma de decisiones. Con esto se busca optimizar el tiempo de los usuarios o evaluadores (OECD, 2008). La forma de mostrar los indicadores debe tener como premisa la rapidez y precisión en la presentación, lo cual busca alertar de situaciones atípicas o extraordinarias (Schuschny & Soto, 2009). A continuación, algunas herramientas de presentación de resultados.

1. Gráfico de barras compuesto: con este gráfico se puede establecer la contribución de cada subíndice. Esto totaliza el resultado del indicador compuesto. Se presenta con distintos colores o tonos y de manera vertical u horizontal para diferenciar cada componente. La Figura 3 muestra el gasto en salud como porcentaje del PBI en países desarrollados, y su contribución del mismo por el sector público y privado.

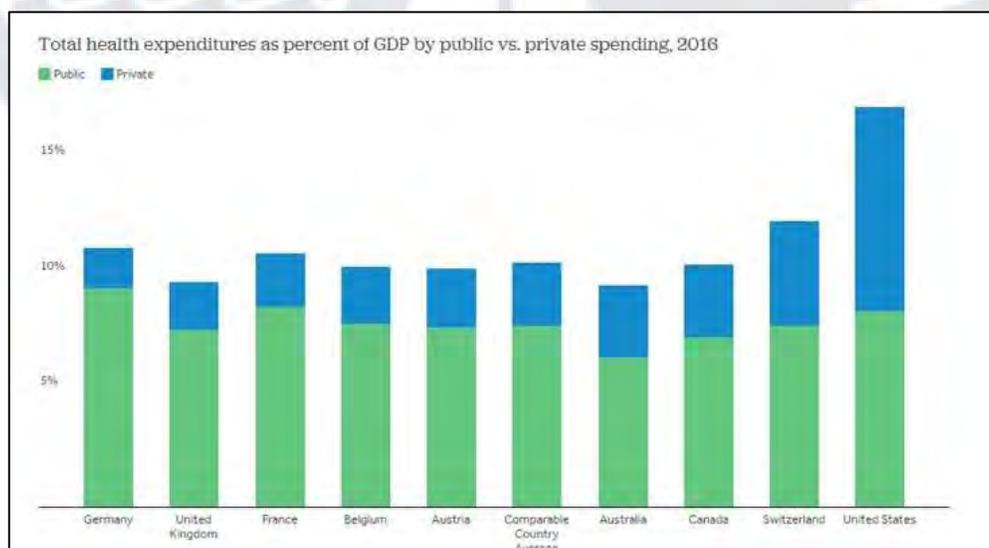


Figura 3. Gasto como porcentaje del PBI 2016.

Tomado de “How does health spending in the U.S. compare to other countries?,” por B. Sawyer, C. Cox, 2018, *Health System Tracker* (<http://www.healthsystemtracker.org/chart-collection/health-spending-u-s-compare-countries/#item-start>).

2. Gráfico líder/rezagado: muestra el rango de resultados de los indicadores, además, incluye el resultado del líder. De esta forma, se puede realizar una comparación directa con el mejor desempeño respecto del promedio y rango de los resultados (OECD, 2008). La Figura 4 muestra la comparación del desempeño promedio del índice de logros tecnológicos por rubro o sector, comparado por el líder Finlandia.

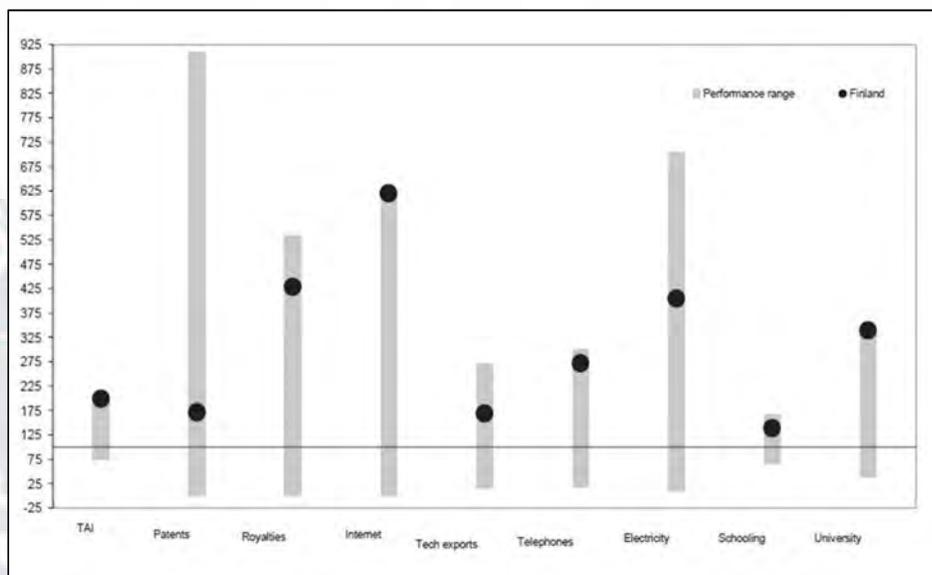


Figura 4. Índice de logro tecnológico.

Tomado de “Handbook on constructing composite indicators: Methodology and user guide” por Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), 2008.

3. Gráfico de radar o telaraña: utilizado para evaluar al menos tres variables o componentes, en un rango normalizado que puede darse entre 0 y 1 o de 0 a 100. La escala comienza desde el centro hacia afuera. Este puede ser utilizado para evaluar el desempeño de los componentes de manera conjunta para establecer brechas o para evaluar de manera independiente un indicador respecto del resultado obtenido de cada entidad evaluada (Schuschny & Soto, 2009). La Figura 5 muestra la comparación del desempeño de cinco políticas migratorias desarrolladas de un determinado país.

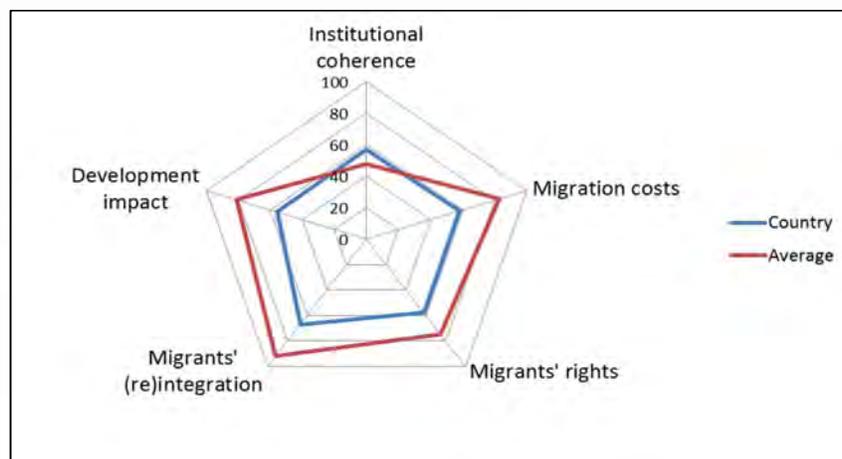


Figura 5. Desempeño de Políticas Migratorias.

Tomado de “Dashboard of indicators for measuring policy and institutional coherence for migration and development” por Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), 2008.

(<http://www.oecd.org/dev/migration-development/knomad-dashboard.htm>).

3.9 Paso 9: Enlaces a otras Variables

En relación a este paso, se busca correlacionar el indicador compuesto (o sus dimensiones) con los indicadores existentes (simples o compuestos). Esto tiene como objetivo identificar los vínculos a través de regresiones (OECD, 2008). Usualmente, los indicadores compuestos miden conceptos enlazados a fenómenos conocidos y medibles, los cuales se usan para probar el poder explicativo del compuesto. Asimismo, los diagramas cruzados constituyen la mejor manera de ilustrar los enlaces. Ver Figura 6.

Del mismo modo, es importante resaltar que el análisis de correlación no debe confundirse con el análisis de causalidad. La correlación indica que la variación en los dos conjuntos de datos es similar. Sin embargo, todavía no se llega a poseer total claridad acerca de la causalidad en el análisis de correlación. Adicionalmente, el impacto de los pesos (o método de normalización, entre otros) en el grado de correlación entre un indicador compuesto y otra variable de interés se puede evaluar a través del marco de Monte Carlo: en cada simulación, se otorga a los pesos un valor entre 0 y 1 y estos se dividen por la suma global de los pesos (propiedad de suma unitaria).

Posteriormente, se repite 10,000 veces la simulación y los puntajes de indicadores compuestos para cada país (o unidad de referencia en general). Finalmente, el coeficiente de correlación se calcula para cada simulación, así como la correlación más alta, mediana y más baja posible (OECD, 2008).

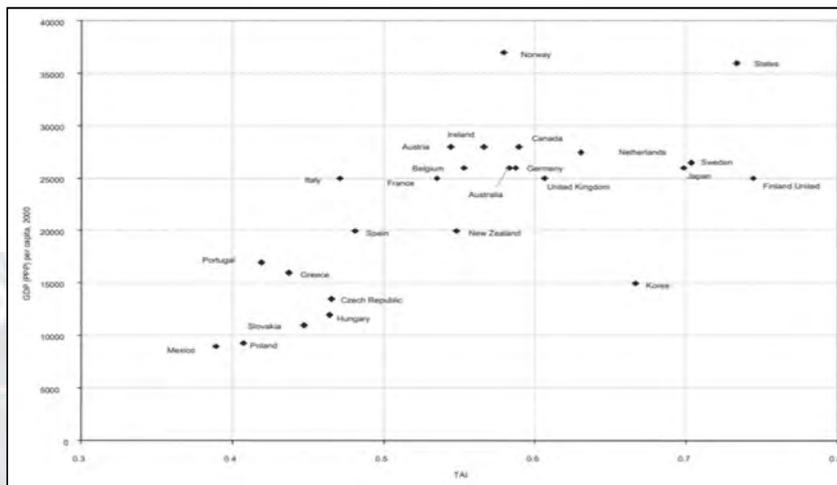


Figura 6. Enlace de technology achievement index y gross domestic product per capita. Tomado de “Handbook on constructing composite indicators: Methodology and user guide” por Organisation for Economic Cooperation and Development, (OECD), 2008.

3.10 Paso 10: Presentación y Difusión

El OECD (2008) indica que este paso es de gran importancia debido a que la visualización puede influir directamente en la interpretación de la información. Asimismo, es necesario para identificar un conjunto coherente de herramientas de presentación para el público objetivo. De igual forma, permite seleccionar la técnica de visualización que comunica la mayor cantidad de información para presentar los resultados del indicador compuesto de una manera clara y precisa. Por lo tanto, la forma en que se presentan los indicadores compuestos no es un tema trivial. Los indicadores compuestos deben comunicar una historia a los responsables de la toma de decisiones y a otros usuarios de forma rápida y precisa.

Las tablas, aunque proporcionan la información completa, a veces pueden ocultar problemas sensibles que son inmediatamente visibles con una representación gráfica. Por lo tanto, el presentador debe decidir, en cada situación, si debe incluir una tabla, un gráfico o ambos. Un formato tabular es la presentación más simple en la que el indicador compuesto se presenta para cada país mediante la forma de una tabla de valores. Por lo general, los países se muestran en orden descendente de rango. Los rankings se pueden usar para rastrear los cambios en el rendimiento del país a lo largo del tiempo como, por ejemplo, la competitividad de crecimiento. Si bien las tablas son un enfoque integral para mostrar los resultados, pueden ser demasiado detalladas y no visualmente atractivas (OECD, 2008).

Finalmente, los indicadores compuestos se pueden expresar a través de un gráfico de barras simple. Los países están en el eje vertical y los valores del compuesto en la horizontal. La barra superior indica el rendimiento promedio de todos los países y permite al lector identificar cómo se está comportando un país en comparación con el promedio. Los gráficos de líneas se pueden usar para ilustrar los cambios de un compuesto (o sus dimensiones/componentes) a lo largo del tiempo. Los valores para diferentes países (o diferentes indicadores) se muestran con diferentes colores y símbolos. Las tendencias en el desempeño del país reveladas a través de un indicador compuesto pueden presentarse a través de diagramas de tendencia. Cuando un indicador compuesto está disponible para un conjunto de países en, al menos, dos puntos de tiempo diferentes, se pueden usar para representar cambios o tasas de crecimiento. El OECD (2008) indica que este paso es de gran importancia porque la visualización puede influir directamente en la interpretación de la información.

Capítulo IV: Propuesta de Modelo de Transparencia Corporativa

El presente capítulo inicia con la definición de transparencia corporativa y continúa con la propuesta de las dimensiones del modelo y su justificación. Estas dimensiones son: (a) Información Financiera; (b) Información Corporativa; (c) Comunicación y Divulgación; (d) Ética, Integridad y Rendición de Cuentas; (e) Responsabilidad Social y Medio Ambiental y; (f) Gobernanza Corporativa. La determinación de estas dimensiones obedece a la exhaustiva revisión bibliográfica de los diversos estudios y modelos de transparencia que se han realizado a nivel mundial, latinoamericano y peruano, presentados en el capítulo dos.

4.1 Definición de Transparencia Corporativa

De la revisión realizada en el capítulo dos, se ha podido tomar en consideración distintas definiciones de transparencia. El concepto está asociado al grado de apertura de información que las organizaciones, públicas y privadas, muestran acerca de sus actividades, situación institucional, relaciones con agentes externos e internos, impactos y externalidades, etc., y hacia sus stakeholders dentro del campo de influencia de sus procesos de negocio. La transparencia se utiliza como herramienta de difusión y de autorregulación en organizaciones privadas y en aquellas que cotizan en mercados regulados. Asimismo, el acceso a información es un requisito para algunas empresas que ostentan certificaciones, títulos o acreditaciones de instituciones especializadas. Esto de acuerdo a estándares, normatividad y procedimientos. También es una exigencia legislativa para aquellas organizaciones con participación total o parcial de recursos gubernamentales.

Según la bibliografía revisada, se propone la siguiente definición de transparencia corporativa: es la información, relevante, necesaria y accesible, que divulga una organización, de manera voluntaria, para la valoración de agentes internos, externos o grupos de interés de la misma. La transparencia vela por el bienestar de los inversionistas y accionistas, ya que brinda información relevante para una mejor toma de decisiones.

Existen diversas definiciones de transparencia corporativa. Los autores, a lo largo de los años, han tomado conceptos asociados al quehacer de las empresas para conceptualizar la transparencia. Por ejemplo, Vaccaro y Simón (2011) indicaron que, originalmente, se asocia la transparencia corporativa con la divulgación de información relacionada con las actividades de la empresa mediante reportes o informes estandarizados donde se privilegia la información financiera hacia la sociedad en general. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE] (2004), en sus principios de gobierno corporativo, toma la transparencia como fin para la divulgación de información precisa en todas las cuestiones materiales concernientes a organización de las empresas, titularidad, resultados financieros, explotación, cuestiones relativas a partes interesadas, etc. También promueve que las organizaciones cuenten con organismos de control y auditorías para la rendición de cuentas.

Durante la evolución del concepto de transparencia corporativa, esta ha logrado obtener una visión holística, asociada a aspectos relacionados con las actividades y su interacción con los agentes y grupos de interés tanto internos como externos. Los modelos analizados tienen orientaciones a determinadas dimensiones; por ejemplo, financieros o de resultados; y otros orientados hacia la rendición de cuentas, especialmente en organizaciones gubernamentales. Para concluir, el concepto de transparencia propuesto toma la capacidad de las empresas de divulgar, voluntariamente, aquella información relevante para el análisis y la toma de decisiones de la sociedad en general y de sus agentes interesados. Este es el punto de partida mediante el cual la herramienta que se desarrollará medirá el grado de transparencia de las empresas considerando las dimensiones definidas anteriormente.

4.2 Justificación de las Dimensiones

4.2.1 Información Financiera

La primera dimensión del modelo de transparencia corporativa está asociado a la información financiera. Según lo investigado en el capítulo dos, se puede analizar el impacto

que tiene el manejo de información financiera en relación a la transparencia corporativa. En ese sentido, Sanz y Aliaga (2008) indicaron que parte de las condiciones de transparencia vienen asociadas, en gran medida, a la divulgación de los reportes financieros de las empresas. Esta medida se generó como respuesta al intento de protección de los grandes inversionistas ante los escándalos financieros suscitados entre los años 1990 y 2000.

Asimismo, se intentó reforzar la legislación referida a información financiera, y a gobierno corporativo. Por lo tanto, una de las principales medidas en el modelo español de transparencia vino de la mano con la capacidad y eficiencia de la comunicación de las entidades cotizadas, lo cual se logró a través de medios globales y de un fácil acceso a los usuarios en general. Del mismo modo, se aseguró que la información llegue a quien la necesite de manera oportuna, que esta sea realmente fiable y que los costos de transacciones para la obtención de la información se reduzcan. En ese sentido, unas de las principales medidas para el cumplimiento de estas condiciones vinieron de la mano con la ley transparencia del 26 de junio del 2003, la cual exige habilitar una página web corporativa como la forma más eficiente de atender el derecho a la información de los accionistas. Adicionalmente, como complemento a la necesidad de estructurar correctamente un modelo de transparencia, esta ley exige, mediante orden ministerial, que no solo haya una correcta divulgación de la información mediante páginas web, sino también la información mínima que debe aparecer en la misma (Sanz y Aliaga, 2008).

Finalmente, existe una importante relación entre transparencia y capitalización: mientras las empresas sean más transparentes, mucho más atractivas serán para los inversores. En ese sentido, mientras más transparencia, las compañías presentarán mayor capitalización bursátil. Por ende, el grado de medición de la transparencia se puede seguir por dos grupos de metodologías: el uso de variables subrogadas y la elaboración de un índice. Este último será parte del presente estudio.

4.2.2 Información Corporativa

La segunda dimensión que se seleccionó para definir el medidor de transparencia es la Información Corporativa. En relación a esta dimensión, diversos estudios sugieren que una mayor transparencia de la información puede reducir el riesgo de asimetría de la información entre las empresas y los inversores. Asimismo, investigaciones anteriores encontraron beneficios económicos positivos asociados con una mayor transparencia de la información corporativa (Welker 1995; Healy y Wahlen 1999; Bloomfield y Wilks 2000; Heflin et al. 2001 citado en Yu, Huang, Lin y Tsai, 2017). Estos están asociados a la reducción significativa de la incertidumbre de inversión y al aumento del rendimiento de las acciones de la empresa (Healy & Wahlen, 1999 citado en Yu, Huang, Lin & Tsai, 2017).

Los diversos modelos citados señalan que la información relacionada a la constitución de la organización (misión, visión, valores, sinopsis histórica, conformación del directorio, alta gerencia, reglamentos internos, entre otros) permitirá explicar cómo la empresa está comprometida con sus grupos de interés. Esto tendrá un impacto significativo en los niveles de transparencia (Baraibar-Diez & Luna, 2018). Junto a la idea anterior, Arredondo, De la Garza y Vázquez (2014) afirmaron que la información corporativa implica mucho más que rendición de cuentas: “también requiere la garantía de acceso, apertura y visibilidad de la información que permita prácticas de certidumbre entre las organizaciones y los entes internos y externos que se relacionan con estas” (p. 410).

4.2.3 Comunicación y Divulgación

La tercera dimensión del modelo de transparencia corporativa es la Comunicación y Divulgación. Se ha considerado importante esta dimensión en la construcción del índice de transparencia porque se aplica a organizaciones públicas y privadas. Estas pondrán su información a disposición para la evaluación, formación de opinión y toma de decisiones de las personas o partes interesadas (Bushman, Piotroski y Smith, 2004). Asimismo, La Rosa

(2009), afirmó que contar con libre acceso a la información de las empresas, promueve la transparencia informativa, definida como “el grado de disponibilidad, accesibilidad y visibilidad de la información” (Zhu, 2005; citado en La Rosa, 2009, p. 34), la cual constituye una de las modalidades de transparencia. En cuanto a las características que debería tener la información divulgada, Oxelheim (2010) afirmó que esta debe ser: (a) relevante; (b) oportuna; (c) certera; y (d) no tan abierta que pueda ser una amenaza a ser utilizada por la competencia. Ver Figura 7.

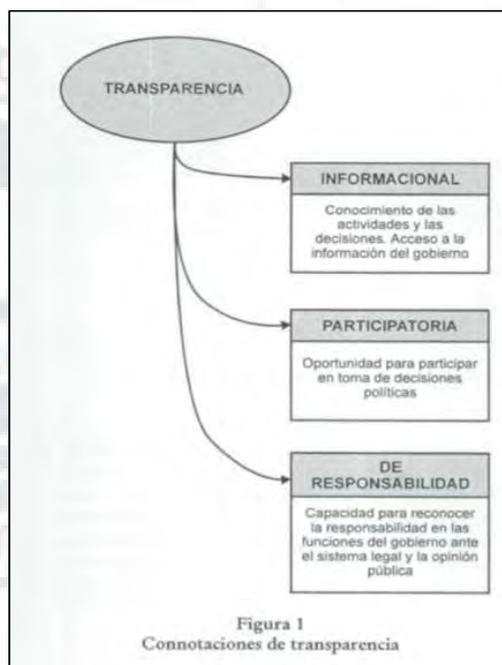


Figura 7. Connotaciones de transparencia.

Tomado de “Transparencia, acceso a la información y credibilidad en la sociedad de la información” por A. La Rosa, 2009, *Consensus*, 14(1), 33–39.

Del mismo modo, Granados y Gupta (2013) consideraron que las empresas necesitan desarrollar una estrategia para divulgar información hacia dentro y hacia afuera. Es por ello, que parte de la estrategia implica definir cómo divulgar selectivamente la información fuera de los límites de la empresa, es decir: a compradores, proveedores, competidores y otros terceros como gobiernos y comunidades locales. Adicionalmente, afirmaron que estas estrategias de divulgación deberán ir de la mano con un adecuado despliegue de tecnologías

que permitan difundirla. En relación a este punto, Gandía y Archidona (como se citó en Alcaraz, Navarro & Ortiz, 2017) analizaron el actual impacto de internet en lo que se refiere a acceso y divulgación de la información. Estos consideraron que constituye una herramienta que ha mejorado la calidad de la información, en cuanto a frecuencia y cantidad, lo que ha permitido romper barreras entre los ciudadanos y las administraciones públicas

En cuanto a las características propias de esta dimensión, Schnackenberg (2011) afirmó que la divulgación de información está relacionada a tres factores. En primer lugar, se encuentra la cantidad de información presentada y el grado en que está disponible para las partes interesadas. En segundo lugar, la información divulgada debe ser clara y comprendida por el remitente. Para ello, es importante tener en cuenta: la selección de medios, la sensibilidad contextual, la coherencia lingüística, la presentación, la gestión del ruido y la relevancia. En tercer lugar, la precisión, es decir, el grado en que la información es precisa según la percepción del remitente. Finalmente, Hosseini, Shahri, Phalp y Ali (2018) afirmaron que, para hablar de transparencia, resulta indispensable lograr que la información de calidad esté disponible en un estilo útil y significativo para la audiencia adecuada. Para explicarlo, proponen cuatro modelos de transparencia que permitirán administrar mejor los requisitos de las diversas partes interesadas.

El primer modelo señala que es indispensable identificar a los actores involucrados en los diferentes intercambios de información, así como conocer los procesos y flujos entre los mismos. En el segundo modelo, inciden en la importancia de la divulgación de la información. Para esto es necesario tener claridad acerca de la data que se va a comunicar, así como de los procesos y políticas que están relacionados a esta información. En el tercero, abordan la utilidad de dicha información para una audiencia particular, con el fin de proporcionarles capacidades de toma de decisiones a través de la información divulgada.

Finalmente, el cuarto modelo atiende a la calidad de la información revelada a sus grupos de interés.

4.2.4 Ética, Integridad y Rendición de Cuentas

La cuarta dimensión del modelo de transparencia corporativa es sobre Ética, Integridad y Rendición de Cuentas. Respecto a la ética, M. V. Halter, Coutinho y Halter (2009) indicaron que esta contribuye al establecimiento de la identidad corporativa y una fuerte relación con sus stakeholders. El cumplimiento de la misma conduce a la transparencia y esta reduce la corrupción. En el estudio realizado, indicaron que la ausencia de justificación en la ética empresarial conduce a la desorientación o tiende a dar prioridad a los intereses de ciertos grupos en la sociedad. Tener un código de ética resulta eficaz para dirigir el comportamiento del personal durante el proceso de toma de decisiones, pero su existencia por sí solo no garantiza las decisiones correctas. La cultura, la comunicación, la adherencia de la administración al código de ética, los buenos ejemplos y las sanciones por infracciones influyen en el personal para respetar y actuar de acuerdo con el código de ética de la compañía, lo cual influirá positivamente en la percepción del público y las partes interesadas. Ver Figura 8.

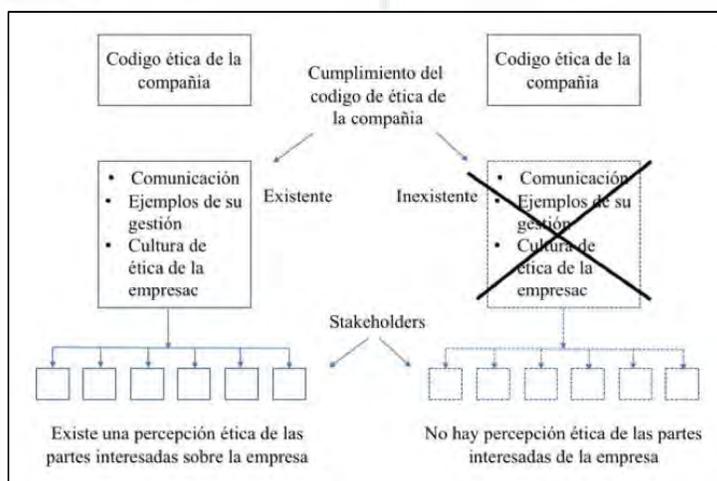


Figura 8. Factores de percepción de ética por parte de los stakeholders en las empresas. Tomado de “Transparency to reduce corruption?”, por M. Halter, M. Arruda, M., R. Halter, 2009, *Journal of Business Ethics*, 84, 373–385. (<https://doi.org/proxybib.pucp.edu.pe/10.1007/s10551-009-0198-6>).

Rawlins (2009) indicó que, si una organización mantiene una naturaleza ética, la transparencia mejora de dos maneras: (a) responsabiliza a las organizaciones por sus acciones y políticas; y (b) respeta la autonomía y la capacidad de razonamiento de las personas que merecen tener acceso a información que podría afectar su posición en la vida. Las organizaciones que se esfuerzan por ser transparentes están dispuestas a rendir cuentas a sus stakeholders y respetar la autonomía, así como su capacidad de razonar lo suficiente para compartir la información pertinente. Los esfuerzos de una organización por ser más transparentes hacen que sus stakeholders los consideren como organizaciones éticas y con integridad. Esto a la larga conduce a una mayor confianza y a mejores relaciones.

Respecto a la transparencia, Rawlins (2009) identificó tres determinantes: integridad, respeto por los demás y apertura. Auger (2014) indicó que una organización logrará ganar confianza de sus partes cuando sea percibida competente, confiable e íntegra. En este último punto, la integridad está relacionada con la continuidad entre la apariencia y la realidad, entre la intención y la acción, entre la promesa y el rendimiento. La integridad incluye descripciones de competencia, compromiso para hacer el bien, confiabilidad, ética e inteligencia. Mungiu y Dadašov (2016), en su estudio sobre medición del control de corrupción, evidenciaron una fuerte y positiva relación entre el Índice de Integridad Pública (IPI) y el control de la corrupción. Ver Figura 9.

En los últimos años, aparecieron diversos índices que clasifican el nivel de corrupción de varios países. Estas mediciones se basan en gran medida en percepciones subjetivas de expertos, pero carecen de efectividad y transparencia. El análisis revela que más del 75% de la variación en el control de la corrupción en 105 países puede explicarse por el IPI. Este indicador no solo está correlacionado con la medida del Banco Mundial sobre control de la corrupción, sino con varios otros indicadores de corrupción, como el Índice de Percepción de la Corrupción (IPC) y el *International Country Risk Guide* (ICRG).

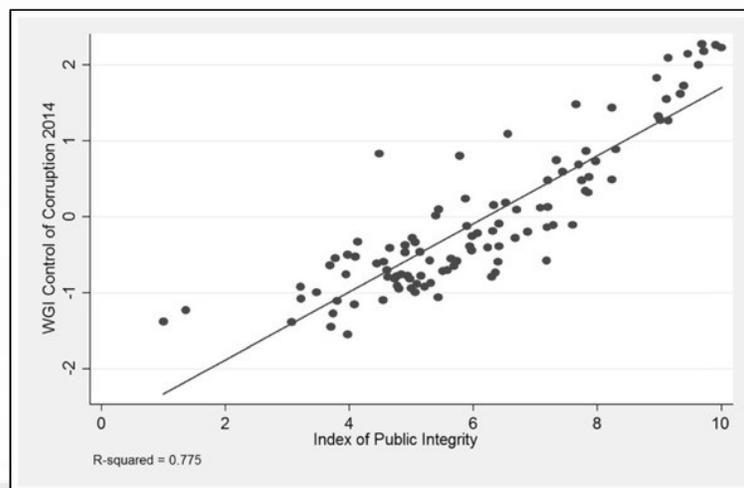


Figura 9. Índice de integridad pública (IPI) y el control de la corrupción. Tomado de “Measuring control of corruption by a new index of public integrity,” por A. Mungiu, R. Dadašov, 2016, *European Journal on Criminal Policy & Research*, 22(3), 415–438. (<https://doi.org/10.1007/s10610-016-9324-z>).

Los esfuerzos de las organizaciones por ser menos corruptas logran que sus stakeholders las consideren con altos niveles de integridad. Esto va relacionado con la transparencia de una organización. Baamonde, García, y Martínez (2017) indicaron que la rendición de cuentas hace referencia a la explicación de aspectos organizativos de la empresa. En otras palabras, es ofrecer una visión global de la organización. La transparencia se entiende como el grado de información y la actitud con que se afronta la rendición de cuentas. Igualmente, Arredondo, De la Garza y Vázquez (2014) establecieron que la transparencia es mucho más que la rendición de cuentas, es presentación de informes públicos, procesos, estructuras de gobierno, fuentes de financiación, entre otras. Todo esto presentado en forma visible, de fácil acceso y con gran apertura.

La rendición de cuentas implica un proceso más amplio que solo presentar un informe. Se debe tener claro (a) a quién se rinde las cuentas; (b) quién debe rendir las cuentas; y (c) cómo se debe rendir las cuentas.

Como se puede observar, cumplir con la rendición de cuentas no garantiza transparencia en la organización. Ambas son nociones aliadas, pero no deben confundirse: la

primera implica ponerse en “vitrina pública” y, la segunda, es una obligación de la organización para ser transparente.

En conclusión, la dimensión de Ética, Integridad y Rendición de Cuentas en el modelo de transparencia corporativa se considera vital por parte de los stakeholders. En primer lugar, se valora la existencia de un código de ética que sea comunicado y debidamente gestionado. En segundo lugar, se espera que sea íntegra en cada aspecto de su organización, con un alto compromiso para hacer el bien. En tercer lugar, se promueve que rinda cuentas mediante informes sobre sus movimientos económicos o financieros.

4.2.5 Responsabilidad Social y Medio Ambiental

La quinta dimensión del modelo de transparencia corporativa es la Responsabilidad Social y Medio Ambiental. Esta dimensión está generando mayor impacto en las decisiones empresariales en la actualidad. Además de convertirse en una condición favorable para la búsqueda de mayor inversión externa. Es en ese sentido que la norma *Extractive, Industries, Transparency and Initiative* (EITI) tiene un concepto claro en cuanto afirma que la riqueza de los recursos naturales de un país debería beneficiar a todos sus ciudadanos y que esto requiere un alto nivel de transparencia y rendición de cuentas (EITI, 2016).

Asimismo, Calderón y Zabid (2016) sostuvieron que en los últimos años ha sido tangible la evolución en lo referido a los reportes de sustentabilidad de las compañías en Latinoamérica. En ese sentido, las empresas han pasado de ver este tipo de reportes como filantropía corporativa a considerarlos una real fuente de valor empresarial. Hace algunos años, el centro de atención de los congresos fue la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la función que cumplían las empresas como buenos integrantes de la sociedad corporativa. Hoy el foco va a la importancia de la sustentabilidad para la creación de valor empresarial y, sobre todo, la función que cumplen todos los inversionistas para lograr estos objetivos. Es importante tener en cuenta que actualmente el gran interés de los inversionistas por conocer

el desempeño en sustentabilidad de las empresas permite usar terminologías específicas como, por ejemplo, ASG para referirse a las dimensiones ambiental, social y de gobierno corporativo. Asimismo, existe mayor atención sobre el impacto económico de estas dimensiones en el crecimiento de las empresas. Esto en relación a la inversión responsable avalada por un correcto análisis. Incluso se ha dado inicio a la creación de índices bursátiles para identificar un buen desempeño asociado a la sustentabilidad.

En cuanto al futuro de la transparencia corporativa, esta será digital, responsable e interactiva. Pero, sobre todo, la información asociada a la sustentabilidad será de gran importancia para el crecimiento de las empresas. Asimismo, es importante mencionar que la tendencia global indica que en los últimos tres años se ha duplicado el número de instrumentos regulatorios asociados a los reportes de sustentabilidad. Esto es más evidente en países europeos, Asia Pacífico y Latinoamérica (Calderón & Zabib, 2016).

4.2.6 Gobernanza Corporativa

La sexta dimensión del modelo de transparencia es sobre la Gobernanza Corporativa o Gobierno Corporativo. La gobernanza refiere al conjunto de normas, políticas, procedimientos sobre el cual se diseñan, implementan o ejecutan las acciones dentro de las organizaciones. Abarcan desde los documentos estatutarios, determinación de órganos de control, políticas de gestión, conformación organizacional y elección de directores, lo cual incluye los procedimientos operacionales. Según Carbejales (2003), el gobierno corporativo se define como aquel que tiene por finalidad la promoción de la equidad, la responsabilidad, deberes y compromisos de la empresa con los miembros dentro y fuera de la organización. Una empresa con un claro, consistente y coherente gobierno corporativo genera los siguientes valores: confianza, seguridad y certeza probada de sostenibilidad. Además de la generación de valor para los inversionistas y los mercados.

Igualmente, Dahya, Lonie, y Power (1996) sostuvieron que el gobierno corporativo determina la forma en que se controlan las compañías y cómo los directores de las mismas responden a los stakeholders. La importancia de esta dimensión en el modelo de transparencia corporativa radica en que otorga a las empresas la convicción de no ocultar información relevante en sus formas de operar y de hacer negocios. En esta línea, Busham, Piotroski y Smith (2004) coincidieron que la importancia de la transparencia del gobierno corporativo brinda información de la estructura o conformación de los órganos de gobierno, políticas, normas y procedimientos que guían y rigen los procesos de toma de decisiones de la dirigencia de las empresas. De esta forma, transparentar este tipo de información asegura que los grupos interesados obtengan información fiable sobre las actividades de la empresa y cómo se autorregulan más allá de lo que el marco legal demande.

Asogwa (2016) señaló la complementariedad de la transparencia corporativa y el gobierno corporativo. La primera brinda un medio de difusión para mostrar y estimular la confianza de los interesados y de la sociedad. El segundo se establece como componente estratégico de su sistema de gobierno y control, sus normativas y políticas de difusión de información. La transparencia corporativa es una herramienta poderosa para la gestión de stakeholders: brinda confianza, estabilidad en los mercados donde opera la organización, y atrae más capital. Por último, reduce el fraude y la corrupción tanto al interior como al exterior de las firmas. En la Figura 10 se muestra la estructura del modelo de gobierno corporativo.

En conclusión, la transparencia corporativa es parte medular de la cultura de un buen gobierno corporativo, donde las organizaciones muestran las directrices sobre las cuales se rige su accionar. De esta forma, cumplen con el compromiso que les demanda la sociedad como parte de los deberes en una economía social y cooperativa. Como señalaron Longinos, Arcas, Martínez, y Olmedo (2012) la transparencia contribuye a la difusión del buen gobierno

corporativo en las empresas, donde el fin de las mismas es la generación de valor para los accionistas y los grupos de interés. En este sentido, la difusión de la gobernanza impactará en las relaciones de las empresas con estos.

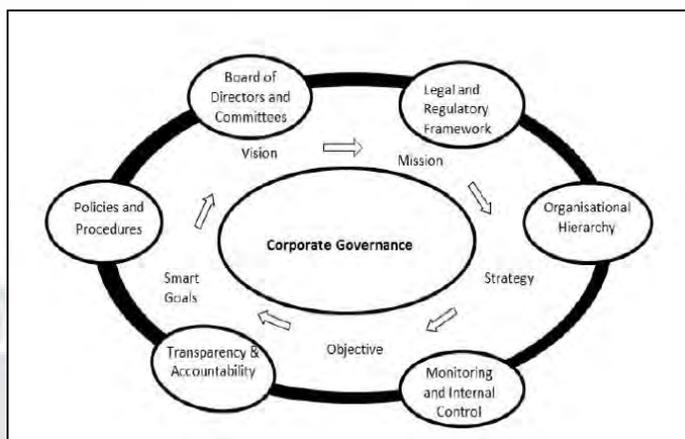


Figura 10. Modelo de gobierno corporativo.

Tomado de “Corporate Governance in Nigerian Banks: A Theoretical Review,” por E. Asogwa, 2016, *International Journal of Management Science and Business Administration*, 7-15.

En la Figura 11 se muestran las dimensiones que componen el modelo de transparencia corporativa propuesto en la presente investigación.



Figura 11. Dimensiones del Modelo de Transparencia Corporativa.

4.3 Variables de las Dimensiones de Transparencia Corporativa

Las variables son los elementos que le dan forma y sentido a cada una de las seis dimensiones del modelo de transparencia corporativa. La calidad de las variables determina la fortaleza o debilidad de cada dimensión. Estas son:

1. La variable de la dimensión Información Financiera son los estados financieros.
2. Las variables de la dimensión Información Corporativa son: (a) misión, visión y valores; (b) página web y; (c) noticias y eventos corporativos.
3. Las variables de la dimensión Comunicación y Divulgación son tener un área de comunicaciones y, al menos, una red social.
4. Las variables de la dimensión Ética, Integridad y Rendición de Cuentas son: (a) política de sanciones; (b) equipo de *compliance and integrity*; (c) código de ética y conflictos de intereses y; (d) política de contratación de bienes y servicios.
5. Las variables de la dimensión Responsabilidad Social y Medio Ambiental son: (a) política corporativa de impacto de sus actividades en el medio ambiente; (b) reporte de uso de recursos hídricos y energéticos; (c) política de responsabilidad social; y (d) porcentaje de inversión en responsabilidad social.
6. Las variables de la dimensión Gobernanza Corporativa son (a) estructura organizacional, (b) presencia de órgano de contraloría, (c) documentos estatutarios, y (d) políticas, normas y reglamentos internos bajo un sistema de gestión.

4.4 Justificación de las Variables de las Dimensiones de Transparencia Corporativa

4.4.1 Variables de la dimensión Información Financiera

1. Estados financieros: los estados financieros son una variable considerada vital en la dimensión de información financiera. Las empresas que forman el IBEX 35 en España obtuvieron un 80% de nivel de transparencia. Estos otorgan mayor

importancia a divulgar aspectos relacionados con la información financiera, donde los estados financieros son parte de ella (Guadalupe y Lázaro, 2013). Los estados financieros deben tener como mínimo la siguiente información: (a) declaración de la empresa; (b) notas a los estados financieros y; (c) información sobre los auditores y el directorio.

4.4.2 Variables de la dimensión Información Corporativa

1. Misión, visión y valores: esta variable se puede justificar tanto en un modelo de buen gobierno corporativo como en transparencia. En el primero, tiene como finalidad definir el sentido, enfoque, y la razón de la empresa a largo plazo. Asimismo, sus principios y referencias éticas. En el segundo caso, la finalidad es dar a conocer la razón de ser de la empresa, su visión, su identidad, su origen, evolución, sus principios éticos y conducta de la organización (Plataforma de ONG de Acción Social, 2015).
2. Página web: en un mundo globalizado, la importancia de contar con un portal web donde se publique la información corporativa es crucial. La información publicada por medio de informes debe aportar valor para los inversores. Los inversionistas relacionan la calidad de información con una calidad de gestión. La mayoría de los modelos de transparencia corporativa a nivel global detallados en el capítulo 2 analizan las páginas web corporativas de las empresas.
3. Noticias y eventos corporativos: la difusión de diversas noticias y eventos corporativos a través del informe anual es considerado de gran valor. Adicional a la información financiera, es necesario contar con información sobre aspectos de buen gobierno, aspectos medioambientales, sociales y de capital humano. Así mismo, información sobre los objetivos, estrategias, riesgos y oportunidades de la empresa.

4.4.3 Variables de la dimensión Comunicación y Divulgación

1. Área de comunicaciones: en relación a esta variable, Granados y Gupta (2013) señalaron que constituye una de las estrategias de transparencia que necesitan desarrollar las organizaciones y que consiste en divulgar información hacia dentro y hacia afuera de la empresa. Para ello, es importante contar con un equipo de comunicaciones encargado de difundir información relevante mediante el uso de diferentes canales (internet, *e-mailing*, boletines electrónicos, etc.). Asimismo, este equipo será responsable de que la información se comunique de manera significativa para la audiencia adecuada (Hosseini, Shahri, Phalp y Ali, 2018).
2. Redes sociales: Baamonde, García, y Martínez (2017) indicaron que el uso de webs y redes sociales sirve para poner en marcha una cultura corporativa basada en transparencia como un eje fundamental. Las redes sociales deben ser un portal de comunicación eficaz que contenga espacios específicos de notas de prensa, boletines electrónicos, descarga de notas de prensa, imágenes, vídeos, foros de blog, así como poder identificar al responsable de prensa.

4.4.4 Variables de la dimensión Ética, Integridad y Rendición de Cuentas

1. Sanciones: M. V. Halter, Coutinho y Halter (2009) indicaron que, para combatir la corrupción, la transparencia empresarial y las políticas de sanciones deben ser mejoradas. Los buenos ejemplos y las sanciones por infracciones influyen al personal para que respete y actúe de forma transparente dentro de la organización. La política de sanciones debe atravesar de manera vertical toda la organización.
2. *Compliance and integrity*: un equipo y programa de *compliance* es la existencia de sistemas de disciplina internos que pueden establecerse en las empresas. La cultura de *compliance and integrity* es el primer paso hacia una cultura corporativa de integridad. En este sentido, no es solo una herramienta de buen

gobierno, es una filosofía de las corporaciones, la cual se manifiesta en un gobierno transparente. La transparencia es realizar una buena gobernanza desde el principio de rendición de cuentas a los stakeholders. Por lo tanto, *Compliance and integrity* no debe ser visto como una figura que solo está para vigilar, controlar y sancionar, sino, principalmente, cumplir un efecto preventivo (Bacigalupo, 2016).

3. Ética y conflictos de intereses: el código de ética puede ser un instrumento eficaz para dirigir el comportamiento del personal durante el proceso de toma de decisiones. Pero la sola existencia de un código de ética no garantiza decisiones éticas. La cultura de la empresa, la comunicación, la adhesión de la gerencia al código de ética y los buenos ejemplos éticos influyen positivamente en la percepción del público y las partes interesadas con respecto a la ética de la compañía (M. V Halter, Coutinho y Halter, 2009). En un estudio realizado en empresas cotizadas latinoamericanas, todos los países que obtuvieron un alto índice de transparencia centraron, en mayor medida, sus esfuerzos a la divulgación de información relacionada a la ética y conflictos de interés (Briano, 2014).
4. Contratación de bienes y servicios: toda organización debe contar con procesos de selección para la adquisición de bienes y servicios. Estos procesos deben tener, como mínimo, la siguiente información: (a) declaración de montos comprometidos; (b) rendición de gastos como viáticos, pasajes, publicidad, etc.; (c) montos contratados; (d) proveedores; (e) órdenes de servicio; (f) penalidades; y (g) costo final (Gamboa, 2013). Esta información garantiza que la organización cumpla con sus procesos contractuales en la adquisición de bienes y servicios.

4.4.5 Variables de la dimensión Responsabilidad Social y Medio Ambiental

1. Impacto de las actividades en el medio ambiente: en lo referido a temas ambientales, alcanza mucha importancia tener acercamiento a la información, lo cual permitirá lograr mayor colaboración y participación de la ciudadanía en la toma de decisiones que inciden sobre el medio ambiente. Además de entregar a la población las herramientas suficientes para una participación activa sobre las decisiones de entidades públicas o privadas. Estas son a quienes el gobierno otorga permiso y concesiones para el aprovechamiento de los recursos naturales. En ese sentido, una mayor información es un elemento importante para la toma de decisiones asociadas a la orientación administrativa y judicial en asuntos ambientales (Orellana, 2013).
2. Uso de recursos hídricos y energéticos: esta variable alude a la importancia que han cobrado los temas ambientales en la actualidad y en el mundo corporativo. En lo que se refiere a la relación entre esta variable y la transparencia, la norma EITI afirma que la riqueza de los recursos naturales de un país debería beneficiar a todos sus ciudadanos, lo cual requiere un alto nivel de transparencia y rendición de cuentas (EITI, 2016). Asimismo, Calderón y Zabid (2016) señalaron que existe un claro desarrollo en cuanto al número de reportes de sustentabilidad de las compañías en Latinoamérica. Esto pone en evidencia la evolución del concepto y significado de los reportes, los cuales, ya no son vistos como un acto filantrópico corporativo, sino como una real fuente de valor empresarial.
3. Responsabilidad social: esta variable está referida a la divulgación de informes de la organización respecto a su política de responsabilidad social corporativa, las cuales pueden ser: el código deontológico empresarial, la política medioambiental y otros compromisos políticos públicos. La mayoría de los índices existentes sobre

transparencia no solo analizan los informes anuales de las compañías, también amplían su estudio a informes de política de responsabilidad social y medioambiental (Gandía y Andrés, 2005).

4. Inversión en responsabilidad social: no existe un porcentaje establecido que señale la inversión que las empresas deben hacer en temas de responsabilidad social corporativa. Lo que sí existe es un acuerdo de que no es pura filantropía. Suárez (2016) indicó que un informe realizado a más de 7,233 empresas evidenció que las firmas que invierten en RSE son seis puntos más rentables que las que no lo hacen. Las tendencias a las que se están orientando las iniciativas de los proyectos de RSE lideran: (a) comercio justo; (b) suministro responsable; y (c) análisis de ciclo de vida. Igualmente, la consultora Inteligencia de Negocios (IdN, 2010) indicó que la RSE debería incluir todo lo referente a políticas de crecimiento sustentable, tanto en lo social como en lo ambiental.

4.4.6 Variables de la dimensión Gobernanza Corporativa

1. Estructura organizacional: el tener una estructura organizacional que ejecute las acciones de las organizaciones es fundamental. A partir del establecimiento de un órgano ejecutor, donde se establecen las funciones, responsabilidades y atribuciones de los funcionarios, las organizaciones diseñan, planifican y ejecutan las actividades del negocio. La transparencia en cuanto a la información, tanto financiera como organizacional, constituye la base para la generación de confianza hacia los stakeholders (Baracaldo, 2013).
2. Órgano de contraloría: las empresas tienen una estructura organizacional donde se establece los cargos de los funcionarios que se encargan de la administración de la empresa. Este órgano ejecutor debe estar supervisado por un consejo de administración que vele por el buen desenvolvimiento de los funcionarios y de un

correcto proceso de toma de decisiones. Cuando el órgano de control tiene dentro a miembros externos, sin ningún vínculo financiero o personal, contribuye a una mejor divulgación y transparencia del buen gobierno corporativo (Briano, 2014). Cuanto existe una separación entre los miembros de ambos órganos se mejora la calidad de la supervisión y la información difundida (Haniffa y Cooke, 2002).

3. Documentos estatutarios: los accionistas determinan el reglamento interno sobre el cual se dirigirá la organización. Estos documentos son parte de la democracia interna y establecen: (a) los derechos de los accionistas; (b) la elección de miembros del directorio; (c) aprobaciones de transacciones extraordinarias; (d) emisión de nuevas acciones, etc. (OCDE,2004).
4. Políticas, normas y reglamentos internos bajo un sistema de gestión: relacionado con el conjunto de normas, políticas, reglamentos internos sobre los cuales se diseñan, implementan o ejecutan las acciones dentro de las organizaciones. Esto contribuye a la generación de confianza por parte de los diversos grupos de interés. Asimismo, la relación de esta variable con la transparencia corporativa se encuentra en la convicción de divulgar la información relacionada con las formas de operar y de hacer negocios (Dahya, Lonie y Power, 1996). Finalmente, uno de los principales objetivos de dar a conocer los reglamentos, políticas y estatutos es brindar información a los diferentes grupos de interés acerca del funcionamiento de la organización, lo cual facilitará la gestión y toma de decisiones (Busham, Piotroski y Smith, 2004).

A continuación, se muestra la Tabla 9 donde se resume las variables por cada dimensión del modelo de transparencia corporativa.

Tabla 9

Dimensiones y Variables del Modelo de Transparencia Corporativa

Dimensión	Variable	Parámetro de medición	Peso (%)	Métrica de medición		Periodo	Fuente
				1	0		
Información financiera	Estados financieros	La empresa publica sus estados financieros del año anterior.	100	Si	No	A	BVL, SMV, portal web.
Información corporativa	Misión, visión y valores	La empresa cuenta y publica su misión, visión y valores.	33.3	Si	No	NA	Portal Web.
	Página web	La empresa cuenta con un portal web donde publica su información corporativa.	33.3	Si	No	NA	Internet
	Noticias y eventos corporativos	La empresa difunde noticias y eventos corporativos en su portal institucional.	33.3	Si	No	A	Portal Web
Comunicación y Divulgación	Área de comunicaciones	La empresa cuenta con un área de comunicaciones definida.	50	Si	No	NA	Portal Web
	Redes sociales	La empresa cuenta con al menos una red social.	50	Si	No	NA	Internet
Ética, Integridad y Rendición de Cuentas	Sanciones	La empresa hace referencia a una política de sanción.	25	Si	No	NA	Portal web
	Compliance and integrity	La empresa exhibe una cultura de compliance and integrity.	25	Si	No	NA	Portal web
	Ética y conflictos de Intereses	Divulga un código de ética y conflictos de intereses.	25	Si	No	NA	Portal web
	Contratación de bienes y servicios	Divulga una política de contratación de bienes y servicios.	25	Si	No	NA	Portal web
Responsabilidad Social y Medio Ambiental	Impacto de sus actividades en el medio ambiente	Divulga un reporte de cumplimiento de compromisos ambientales.	25	Si	No	NA	BVL, SMV, portal web
	Uso de recursos hídricos y energéticos	Reporta el uso de recursos hídricos y energéticos.	25	Si	No	A	BVL, SMV, portal web
	Responsabilidad social	Divulga una política de responsabilidad social o evidencia un compromiso con la sociedad.	25	Si	No	NA	BVL, SMV, portal web
	Inversión en responsabilidad social	La empresa divulga su inversión en responsabilidad social.	25	Si	No	NA	BVL, SMV, portal web
Gobernanza Corporativa	Estructura organizacional	La empresa cuenta con una estructura organizacional.	25	Si	No	NA	Portal web
	Órgano de contraloría	Divulga la presencia de un órgano de contraloría.	25	Si	No	NA	Portal web
	Documentos Estatutarios	La empresa divulga sus estatutos.	25	Si	No	NA	Portal web
	Políticas, normas y reglamentos internos.	La empresa publica sus políticas, normas y reglamentos internos.	25	Si	No	NA	Portal web

Nota: A = Anual; S = Secundario; NA = No Aplica, BVL = Bolsa de valores de Lima; SMV = Superintendencia de mercado de valores

4.5 Cálculo del Índice de Transparencia Corporativa

La forma de cálculo del índice de transparencia corporativa es un proceso que parte desde la etapa conceptual. En esta, la literatura encontrada sobre modelos de transparencia a nivel mundial y Latinoamérica proporcionan una base para la selección de indicadores y la combinación de variables para cada indicador. Esto tiene por objetivo calcular un único indicador compuesto que nos mida la transparencia corporativa. El manual de OECD ofrece una guía con diez pasos a seguir en la construcción de un indicador compuesto. En la presente investigación, se analizaron y sustentaron cada uno de los pasos, concluyendo que los problemas más frecuentes al momento de elaborar un índice compuesto son: (a) ¿con qué método normalizamos nuestras variables para que sean comparables?; (b) ¿con qué criterio asignamos ponderaciones a las dimensiones?; y (c) ¿qué método de agregación se utilizó en nuestras dimensiones?

4.6 Criterios de Ponderación de las Dimensiones

Debido a la necesidad de expresar en términos cuantitativos la importancia de cada una de las dimensiones que conforman el indicador de transparencia, se vio necesario la aplicación del método Saaty. Sin embargo, si bien como parte del método se designan pesos a cada uno de los criterios, esto puede generar cierto nivel de debate (Ramírez, 2004). Por otra parte, Ramírez (2004) manifestó que el método Saaty se basa en un procedimiento de comparación por pares de aquellos criterios que han sido distribuidos en una matriz cuadrada, la cual se encuentra estructurada por filas y columnas que, en nuestro caso, estarán constituidas por las dimensiones que forman parte de nuestro modelo. De esa manera, se construye una matriz definida ($d \times d$), donde d representa a cada dimensión de nuestro índice propuesto. Una vez estructurada la matriz, se da inicio al proceso de comparación entre pares. De esta manera, se contrasta la importancia de cada una de las dimensiones con las demás. Posterior a esta etapa, se debe proceder con el establecimiento del *eigenvector* que permitirá

fijar de manera cuantitativa la consistencia del análisis de valoración entre los pares de dimensiones. La comparación entre las dimensiones toma valores numéricos según la siguiente regla:

1. Igualmente, importante, se coloca valor de 1.
2. Ligeramente más importante, se coloca valor de 3.
3. Notablemente más importante, se coloca valor de 5.
4. Demostrablemente más importante, se coloca valor de 7.
5. Absolutamente más importante, se coloca valor de 9.

Una vez comparadas cada una de las dimensiones, se procede a hallar su ponderación. Esto tiene como resultado una matriz (p). Antes de tomar los valores de dicha matriz, se debe calcular la medida de consistencia de la misma, conocida como relación de consistencia (CR). Esta permitirá valorar la relación de criterios, evaluar la relación y la congruencia de los mismos. Las fórmulas usadas para calcular la relación de consistencia son el índice de consistencia (CI) y la consistencia aleatoria (RI). Las fórmulas son las siguientes:

$$CI = \frac{n_{\max} - n}{n - 1}$$

$$RI = \frac{1.98 \times (n - 2)}{n}$$

Donde:

CI = Índice de Consistencia

RI = Consistencia Aleatoria

n = Número de dimensiones

n_{\max} = Es la suma de los valores de la matriz resultado de multiplicar la matriz de comparación de las dimensiones (d x d) y la matriz de resultados (p) de ponderación para cada dimensión.

La formula para calcular la relación de consistencia es la siguiente:

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

Los valores máximos de CR que se deben obtener son de acuerdo a los siguientes parámetros. Ver Tabla 10.

Tabla 10

Dimensiones y Variables del Modelo de Transparencia Corporativa

Tamaño de matriz (d x d)	Máximo valor CR
3	5%
4	9%
≥ 5	10%

En el supuesto que un resultado de la matriz sea inconsistente, se debe analizar. Si es muy inconsistente, lo mejor es obviar la matriz y no utilizarla. Si es ligeramente inconsistente, se puede intentar mejorar la consistencia revisando la matriz a partir de las ponderaciones obtenidas.

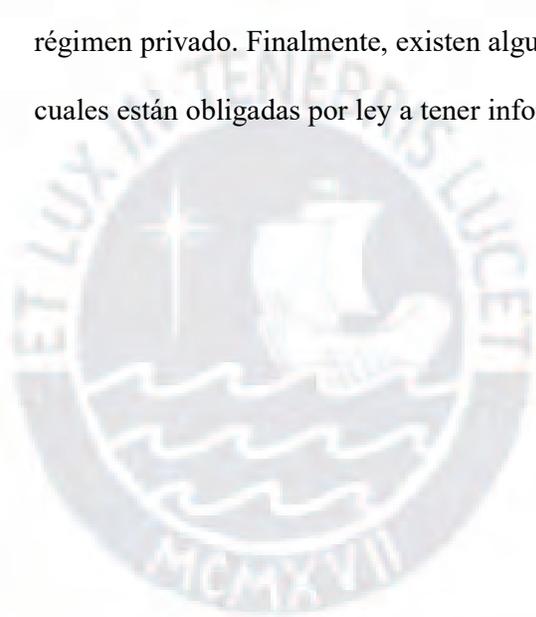
4.7 Resumen

A lo largo del capítulo, se ha presentado la propuesta del índice de transparencia corporativa. Como punto de partida se realizó un compendio de definiciones que diversos autores han establecido al respecto. Una vez establecida la definición, se procedió a justificar las dimensiones sobre las cuales se basa el índice, tomando en cuenta la importancia, el impacto y requisitos para las organizaciones transparentes.

Las variables asignadas a cada dimensión tomaron en cuenta aquellas capaces de ser cuantificadas con un valor dicotómico de la siguiente forma: 1, presencia de la variable; 0, ausencia de la variable. Las principales fuentes secundarias donde se puede acceder a la información son: (a) página web institucional; (b) bolsa de valores de Lima; (c) portal de entidades reguladoras, etc. Dentro de una determinada dimensión, las variables tienen el mismo peso relativo en términos porcentuales. Así pues, el porcentaje de peso de cada variable se determinó dividiendo 100 entre el número de variables dentro de la dimensión.

Luego se establece el criterio de ponderación de las dimensiones del índice mediante el método AHP desarrollado por Saaty. Este método realiza comparaciones de importancia relativa de cada una de las dimensiones entre sí dentro de una matriz. El resultado son las ponderaciones de cada dimensión, las cuales son sometidas a un análisis de consistencia para determinar si la ponderación se realizó de forma razonable.

La investigación abarca a 22 empresas pertenecientes al sector distribución de energía eléctrica en el Perú. Las más grandes compañías del sector cotizan en la BVL y son de régimen privado. Finalmente, existen algunas empresas estatales de derecho privado, las cuales están obligadas por ley a tener información de transparencia en sus portales web.



Capítulo V: Presentación de Resultados

En el presente capítulo se muestran los resultados obtenidos producto del análisis de las 22 empresas del sector de distribución eléctrica en el Perú. Para este, se consideraron las seis dimensiones previamente seleccionadas y analizadas: (a) información financiera; (b) información corporativa; (c) comunicación y divulgación; (d) ética, integridad y rendición de cuentas; (e) responsabilidad social y medioambiental y; (f) gobernanza corporativa. Se inicia con una descripción de cómo se encuentra el entorno del sector energía en el mundo y el Perú en relación a la transparencia corporativa; posteriormente, se otorga los resultados del índice de transparencia corporativa en el sector de distribución de energía eléctrica en el Perú. Finalmente, se presenta los resultados en forma de gráficos de radar y de líder rezagado, los que permitirán visualizar las variaciones en las dimensiones, así como, los puntajes máximos y mínimos obtenidos para cada empresa del sector de distribución de energía eléctrica.

5.1 Entorno del Sector de Energía en el Mundo y Perú

La transparencia corporativa está ligada a tres elementos esenciales: (a) una política sostenida basada en la voluntad de las organizaciones; (b) una política anticorrupción estratégica e integral y; (c) un alto nivel de transparencia dentro de la organización. Por ende, se puede afirmar que existe una relación entre la percepción de la corrupción con la transparencia corporativa, concluyendo que la transparencia corporativa es un adversario natural de la corrupción (Mrcela, 2016). En relación al sector de energía, la literatura encontrada, no direcciona exclusivamente sus investigaciones a un rubro específico, por el contrario, la mayoría abarca estudios de transparencia para países, grupos de empresas que forman parte de IBEX 35 o S&P 500, ONGs, empresas privadas o estatales, etc.

En los estudios encontrados para el sector de energía, Patel, Balic y Bwakira (2002) analizaron un índice denominado T&D para las regiones de Asia, Europa, Medio Oriente y América Latina. En su investigación, analizaron 354 empresas pertenecientes a 19 países

emergentes, las cuales representan el 70% de la capitalización de mercado del Índice S&P/IFCI. De estas empresas, 11 pertenecen al sector de energía. Los resultados de su investigación para el año 2000 se muestran en la Tabla 11, donde la región de Asia obtuvo el primer lugar con 43 puntos, le sigue Europa y Medio Oriente con 36 puntos. En los últimos puestos, se encuentra América Latina con 29 puntos. El último lugar fue obtenido por Perú con 22 puntos.

Tabla 11

Puntaje de Índice T&D para Países Emergentes – Año 2000

País	Número de compañías	Capitalización en el mercado (millones US\$)	Puntuación de transparencia y divulgación		
			2000	1999	1998
Asia	178		43	39	37
China	7	38 702	45	42	44
India	40	17 138	39	34	32
Indonesia	11	6 512	38	37	34
Corea	27	47 304	45	39	32
Malasia	50	32 034	45	43	42
Paquistán	9	1 465	37	33	32
Filipinas	9	6 406	29	32	30
Tailandia	25	5 569	48	46	42
Latinoamerica	75		29	29	28
Argentina	7	6 541	28	29	31
Brasil	28	45 591	32	29	28
Chile	18	22 395	33	35	34
México	15	66 206	24	24	24
Perú	7	2 411	22	24	22
Europa y Medio Oriente	49		36	36	35
Republica Checa	5	2 772	37	42	43
Hungria	5	8 065	43	44	44
Israel	18	23 986	34	34	31
Holanda	11	11 908	36	33	29
Turquía	10	24 070	36	38	37
Sudáfrica	20	44 556	55	51	49

Nota. Tomado de "Measuring transparency and disclosure at firm-level in emerging markets," por S. Patel, A. Balic, L. Bwakira, 2002, *Emerging Markets Review*, 3(4), 325.

Esta investigación también sirvió para analizar 13 sectores en 6 países emergentes. En la Tabla 12 se muestran los resultados de este análisis, donde el primer lugar lo obtuvo el sector industrial con 15 puntos; el sector de energía se ubicó en el penúltimo lugar con cuatro puntos; y, el último lugar, lo obtuvo el sector de servicios públicos con tres puntos.

Tabla 12

Variación en T&D desde 1998 al 2000 por País y Sector Económico

Sector	País						Total
	Brasil	India	Corea	Holanda	Tailandia	Sudáfrica	
Energía	-13	8	6	3	8	14	4
Materiales	7	6	8	8	3	9	7
Industrial	14	11	20	19	0	11	15
Bienes y servicios	-16	7	20	3	-1	10	6
Productos básicos de consumo	9	7	-4	0	12	4	7
Salud	0	2	20	0	0	0	6
Financiero	4	7	7	8	4	4	5
Información tecnológica	0	11	10	-7	15	0	10
Comunicaciones	9	7	25	22	10	5	11
Servicios públicos	-2	3	39	0	5	0	3

Nota. Tomado de "Measuring transparency and disclosure at firm-level in emerging markets," por S. Patel, A. Balic, L. Bwakira, 2002, *Emerging Markets Review*, 3(4), 325.

Igualmente, Sanz y Aliaga (2008) realizaron un estudio para analizar el Índice de Transparencia (IT) de empresas del IBEX-35. El estudio fue ampliado a nueve sectores. El primer lugar lo obtuvieron los sectores: financiero, bienes de consumo y servicios industriales, con 6.06 puntos cada uno, el último lugar lo obtuvo el sector de construcción con 5.58 puntos y el sector energía ocupó un octavo lugar con 5.60 puntos. Ver Figura 12.

En contraposición a estos resultados, Briano (2014) evaluó un índice denominado e-ITC en empresas de mayor liquidez bursátil de México, Argentina, Brasil y Chile. Para este estudio, no se consideraron empresas del sector bancario y financiero, dado que están sujetas a un mayor control respecto a la divulgación. En lo que se refiere al resultado de divulgación, el sector con mayor transparencia fue el de energía con 71%; seguido por el industrial y cuidado para la salud, ambos con 65%; y consumo con 63%. Mientras que aquellos que

obtuvieron menor porcentaje fueron los sectores de tecnologías de información con 49% y servicios públicos con 51%.

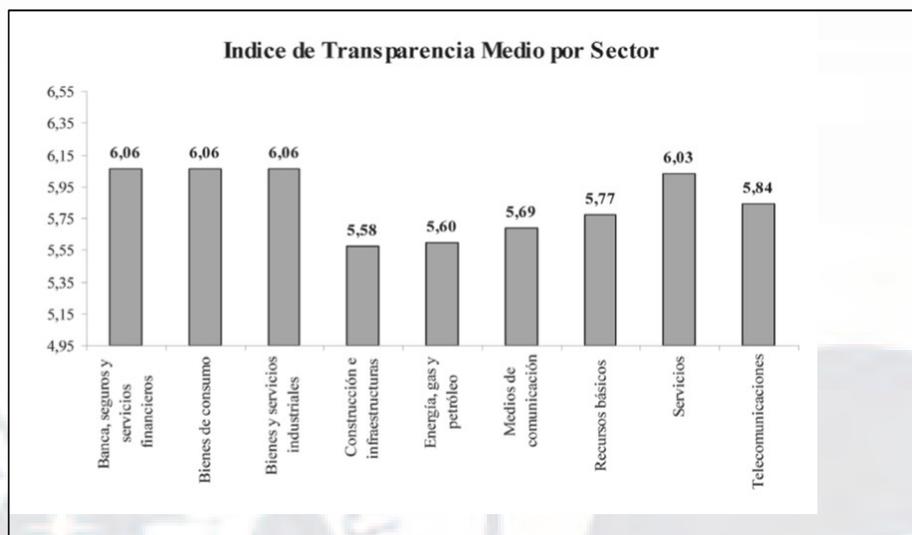


Figura 12. Índice de transparencia medio por sector. Tomado de “Un análisis de la transparencia informativa por medio de las páginas web corporativas,” por C. Sanz, J. Aliaga, 2008, *Contaduría Universidad de Antioquia*, 52, 85-104.

Igualmente, la empresa chilena IdN (2012) amplió sus investigaciones para Colombia y Perú analizando el Índice de Credibilidad Corporativa (ICC). Este indicador ICC tiene correlación positiva con el ITC, es decir, mientras más información divulguen las empresas, mayor será el ICC. Para el caso de Colombia se analizó 13 sectores: el sector comercio obtuvo el mayor puntaje en el ICC con 63.4 puntos; el sector energía obtuvo un quinto lugar con 43.8 puntos; y, el último lugar, lo obtuvo el sector *holding* con 25.1 puntos (ver Figura 13). Para Perú, se analizaron 11 sectores, el primer lugar del ICC lo obtuvo el sector de petróleo/gas con 42.4 puntos, el sector energía obtuvo un quinto lugar con 29.2 puntos y, el último lugar, correspondió al sector de cementos con 12.5 puntos. Cabe resaltar, que, para el caso peruano, el sector que ocupó el primer lugar no logró superar el promedio superior de los 50 puntos (ver Figura 14).

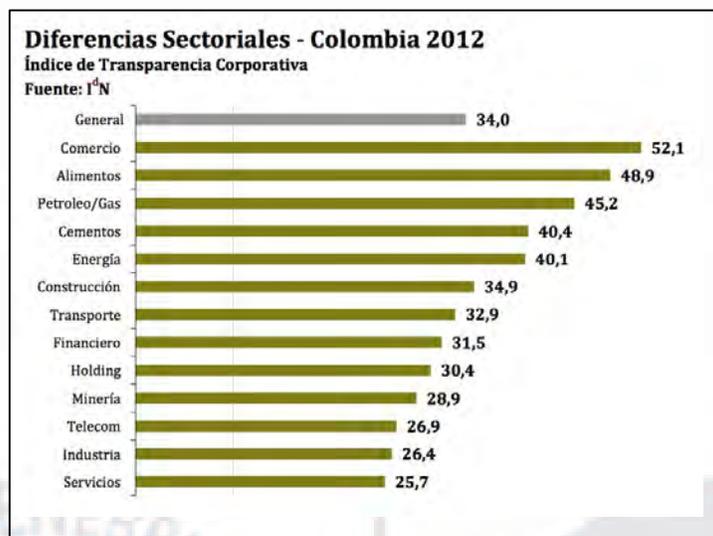


Figura 13. Índice de transparencia corporativa por sector – Colombia 2012. Tomado de “Índice de transparencia corporativa ITC 2010,” por Inteligencia de Negocios, 2010, (<http://www.transparenciacorporativa.cl/>)

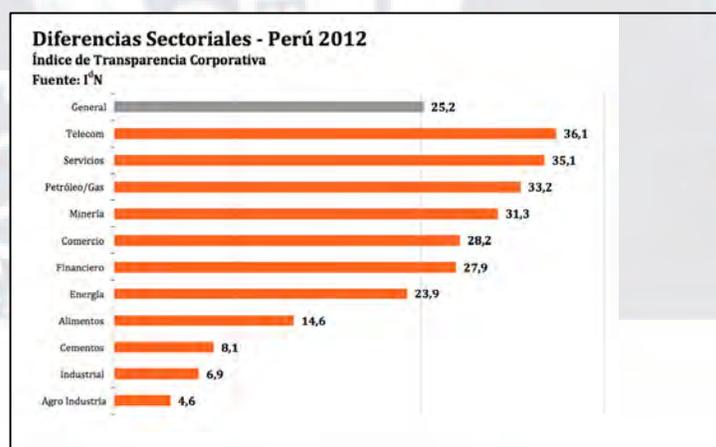


Figura 14. Índice de transparencia corporativa por sector – Perú 2012. Tomado de “Índice de transparencia corporativa ITC 2010,” por Inteligencia de Negocios, 2010, (<http://www.transparenciacorporativa.cl/>)

Gamboa (2013) realizó un estudio de transparencia para sector energético peruano, en el cual midió el cumplimiento de portales de transparencia de los organismos públicos. El objetivo era verificar el cumplimiento en la publicación de los 59 documentos establecidos en el D. S. N° 70-2013 PCM que modifica el Reglamento de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública aprobado por D. S. N° 072-2003 PCM. Se evaluó 10 organismos del

sector energético: el Ministerio de Energía y Minas (MINEM) obtuvo el puntaje más alto con 93%; el Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería (OSINERGMIN), que se encarga de regular y supervisar el sector energético, ocupó un séptimo lugar con 47 %; y, el último lugar, lo obtuvo Petroperú con 5% (ver Figura 15).

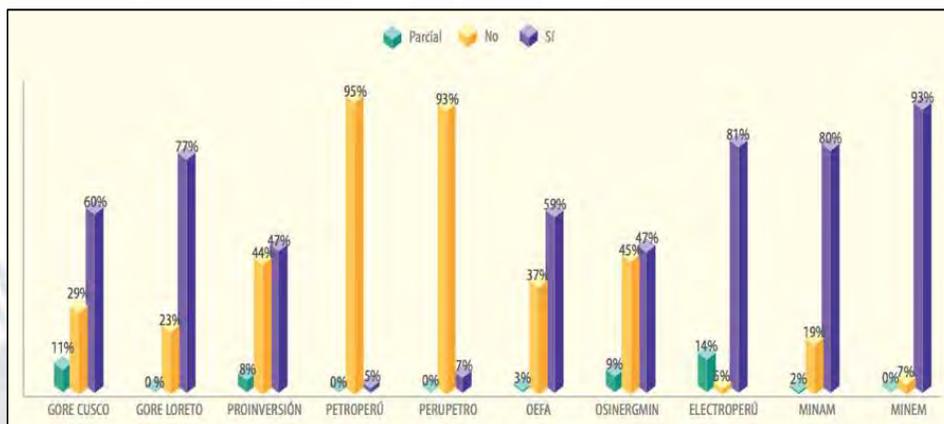


Figura 15. Cumplimiento en publicación del portal de transparencia en organismos del sector energéticos.

Tomado de “Transparencia en el sector energético – Diagnostico 2013,” por A. Gamboa, 2013, Lima, Perú: Realidades.

5.2 Resultados de Modelo de Índice de Transparencia Corporativa en el Sector de Distribución de Energía Eléctrica

Los resultados del Índice de Transparencia Corporativa del sector de Distribución de Energía Eléctrica (ITC-DE) se presentan en la Tabla 14. De acuerdo al método de construcción de índices, se establece un cálculo para determinar las ponderaciones de las dimensiones del ITC-DE utilizando el método AHP. Los valores obtenidos de las ponderaciones se validaron con el Índice de Consistencia (CR). Para nuestro modelo, el resultado obtenido fue de 0.072, este valor es menor a la unidad y cumple lo establecido por el método AHP, validando los pesos obtenidos para cada dimensión. En la Tabla 13 se presenta las ponderaciones asociadas a cada una de las dimensiones del ITC- DE. Las dimensiones que obtuvieron los mayores pesos son las siguientes, por grado de importancia:

1. Comunicación y Divulgación.

2. Responsabilidad Social y Medio Ambiente.
3. Ética, Integridad y Rendición de Cuentas.
4. Gobernanza Corporativa
5. Información Financiera.
6. Información Corporativa.

Tabla 13

Método de AHP y Ponderación de las Dimensiones en el Modelo ITC-DE

	Dimensiones							Peso (%)
	Información financiera	Información corporativa	Comunicación y divulgación	Ética, integridad y rendición de cuentas	Responsabilidad social y medio ambiental	Gobernanza corporativa		
Información financiera	1	5	1/5	1/5	1/3	1	9.4	
Información corporativa	1/5	1	1/5	1/5	1/5	1/3	4.0	
Comunicación y divulgación	5	5	1	1	1	3	26.9	
Ética, integridad y rendición de cuentas	5	5	1	1	1	1	23.3	
Responsabilidad social y medio ambiental	3	5	1	1	1	3	24.7	
Gobernanza corporativa	1	3	1/3	1	1/3	1	11.7	

Nota. El método AHP para determinar ponderaciones establece comparar todas las dimensiones entre si. Si una dimensión A es considerada igualmente importante que otra dimensión B se coloca valor de uno entre ellas, si A es ligeramente más importante B, A es igual a tres y B es igual a uno, si A es notablemente más importante que B, A es igual a cinco y B es igual a uno, si A es demostrablemente más importante que B, A es igual a siete y B es igual a uno, si A es absolutamente más importante que B, A es igual a nueve y B es igual a uno. Las ponderaciones resultantes del método AHP deben ser validados comprobando una relación de consistencia (CR).

Se infiere que esta asignación de pesos guarda relación con el tipo de servicio que brindan las empresas del sector de distribución de energía eléctrica. La distribución de energía constituye un servicio público y genera un importante impacto a nivel social y medioambiental en el entorno donde operan. Es por ello, que estas empresas deben tener especial atención a sus procesos de comunicación y divulgación; con el objetivo de que los

stakeholders tengan mayor acceso de información a través de sus canales de comunicación y de un área institucional establecida para este fin. Asimismo, los servicios realizados en el sector de distribución de energía eléctrica impactan a nivel social y medioambiental en las zonas de influencia. Por lo tanto, se espera que las empresas del sector de distribución eléctrica divulguen información certera y relevante de sus programas de responsabilidad social y medio ambiental, así como los montos invertidos en cada uno de ellos. Posterior a la asignación de pesos, se procede a valorar las variables de cada dimensión de nuestro modelo del sector de distribución eléctrica mediante información secundaria. La información recopilada proveniente de sus portales web institucionales, página de la BVL, de la SMV, etc. indican la presencia o ausencia de información, valores uno y cero respectivamente. Estos resultados se muestran en la tabla de valoración de las variables de las dimensiones del ITC-DE (ver Tabla C1 y Tabla C2 en el Apéndice C).

Los resultados del Índice de Transparencia Corporativa del sector de Distribución de Energía Eléctrica (ITC-DE) se presentan en la Tabla 14. Se observa que la empresa Sociedad Eléctrica del Sur Oeste S.A. (SEAL) obtiene el primer lugar con 0.88 puntos y la empresa distribuidora y comercializadora de electricidad San Ramón de Pangoa S.A. obtiene el último puesto con 0.06 puntos. Adicionalmente, en esta misma tabla se incluyó una columna de participación del mercado para cada empresa del sector. Según esto, se evidencia que la empresa SEAL posee una pequeña participación en el mercado peruano con un 4.8%, sin embargo; obtiene el mayor puntaje en el ITC-DE. Finalmente, es importante mencionar que de las cinco empresas que ocupan los primeros lugares, solo las empresas privadas Luz del Sur y Enel no están obligadas a divulgar y/o difundir información. La empresa SEAL, a diferencia de las empresas mencionadas, constituye una empresa estatal de derecho privado, por tal motivo está obligada a divulgar su información por la ley de transparencia vigente.

Además, es pertinente mencionar que las empresas que listan en la BVL están conminadas a divulgar información financiera y declarar que cuentan con documentos normativos.

Tabla 14

Ranking del Modelo de Índice de Transparencia Corporativa en el Sector de Distribución de Energía Eléctrica

Ranking	Empresas distribuidoras de energía eléctrica	Índice de Transparencia Corporativa ^a	Porcentaje de participación en el mercado al 2016
1	Sociedad eléctrica del sur oeste S.A. (SEAL)	0.88	4.8
2	Luz del Sur S.A.A.	0.81	27.79
3	Electro oriente S.A.	0.80	3.38
4	Empresa de servicio público de electricidad del Norte S.A. (Electronorte S.A.)	0.79	3.61
5	Enel distribución Perú S.A.A.	0.76	27.48
6	Electro Puno S.A.A.	0.73	2.04
7	Empresa regional de servicio público de electricidad electronortemedio S.A. (Hidrandina S.A.)	0.71	0.25
8	Empresa concesionaria de electricidad de Ucayali S.A. (Electro Ucayali S. A.)	0.69	8.73
9	Electro Sur Este S.A.A.	0.65	3.65
10	Electro Noroeste S.A. (Enosa)	0.61	5.73
11	Electrosur S.A.	0.57	1.75
12	Empresa de administración de infraestructura eléctrica S.A. (Adinelsa)	0.56	0.25
13	Servicios eléctricos Rioja S.A. (Sersa)	0.54	0.07
14	Electro Dunas S.A.A.	0.50	3.59
15	Electrocentro S.A.	0.49	4.98
16	Empresa de servicios eléctricos municipal de Pativilca S.A.C. (Esempat)	0.19	0.01
17	Empresa de servicios eléctricos municipales de Paramonga S.A. (Emsemsa)	0.18	0
18	Empresa municipal de servicios eléctricos de Utcubamba S.A.C. (Emseu)	0.10	0.09
19	Empresa municipal de servicios eléctricos de Tocache S.A. (Electro Tocache)	0.09	0.22
20	Consortio eléctrico Villacuri S.A.C. - Coelvisac	0.07	1.49
21	Electropangoa S.A. (Epasa)	0.07	0.02
22	Empresa distribuidora y comercializadora de electricidad San Ramón de Pangoa S.A. (Edelsa)	0.06	0.01

Nota. ^a El valor del índice de transparencia corporativo es adimensional.

Se realizó un análisis de correlación entre las variables: ITC-DE y participación del mercado. Ver Figura 15. Se evidencia una correlación baja entre ambas variables ($R^2 = 0.24$), esto demuestra la ausencia de una relación directa entre el índice de transparencia y la participación en el mercado de distribución de energía eléctrica.

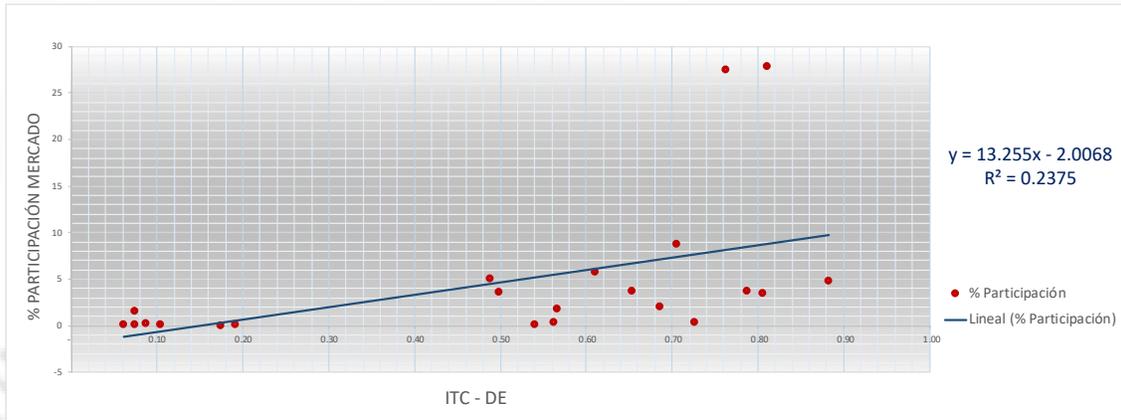


Figura 16. Correlación entre ITC-DE y participación de mercado.

Igualmente, en la Figura 17, se presenta de forma grafica la relación de los resultados del ITC-DE frente al porcentaje de participación de las diversas empresas del sector de distribución eléctrica.

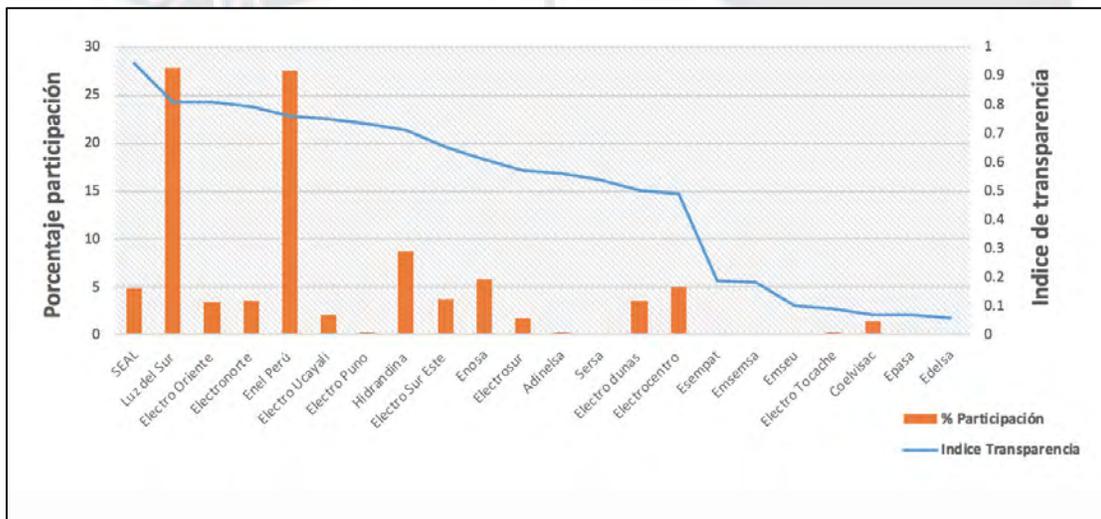


Figura 17. ITC-DE y porcentaje de participación en el mercado para el sector de distribución de energía eléctrica en el Perú.

Los valores de cada dimensión por empresa se muestran en la Tabla 15.

Tabla 15

Resultados del ITC-DE por Empresa y Dimensión

Empresas distribuidoras de energía eléctrica	C/NC	E/P	ITC-DE	D1	D2	D3	D4	D5	D6
Sociedad Eléctrica del Sur Oeste S. A. (SEAL)	C	E	0.88	1.00	0.99	1.00	0.50	1.00	1.00
Luz del Sur S.A.A.	C	P	0.81	1.00	0.66	1.00	0.50	1.00	0.50
Electro Oriente S.A.	NC	E	0.80	1.00	0.99	0.50	0.75	1.00	1.00
Empresa de Servicio Público de Electricidad del Norte S.A.	NC	E	0.79	1.00	0.99	1.00	0.50	0.50	0.75
Enel Distribución Perú S.A.A.	C	P	0.76	1.00	0.99	1.00	0.50	0.75	0.50
Electro Puno S.A.A.	C	E	0.73	1.00	0.99	1.00	0.75	0.25	0.75
Empresa Regional de Servicio Público de Electricidad Electro Nortemedio S.A.	C	E	0.71	1.00	0.66	0.50	0.50	1.00	0.75
Empresa Concesionaria de Electricidad de Ucayali S.A.	NC	E	0.69	1.00	0.99	0.50	0.50	0.75	1.00
Electro Sur Este S.A.A.	C	E	0.65	1.00	0.99	0.50	0.75	0.50	0.75
Electro Noroeste S.A.	NC	E	0.61	-	0.66	0.50	0.50	1.00	0.75
Electrosur S.A.	C	E	0.57	1.00	0.99	0.50	0.50	0.50	0.50
Empresa de Administración de Infraestructura Eléctrica S.A.	NC	E	0.56	1.00	0.99	0.50	0.50	0.25	1.00
Servicios Eléctricos Rioja S.A.	NC	P	0.54	1.00	0.99	0.50	-	0.75	0.75
Electro Dunas S.A.A.	C	P	0.50	1.00	0.66	0.50	0.25	0.75	-
Electrocentro S.A.	NC	E	0.49	-	0.66	0.50	0.50	0.50	0.75
Empresa de Servicios Eléctricos Municipal de Pativilca S.A.C	NC	E	0.19	-	0.99	-	-	0.50	0.25
Empresa de Servicios Eléctricos Municipales de Paramonga S.A.	NC	E	0.18	-	0.66	-	0.25	0.25	0.25
Empresa Municipal de Servicios Eléctricos de Utcubamba S.A.C	NC	E	0.10	-	0.33	-	-	0.25	0.25
Empresa Municipal de Servicios Eléctricos de Tocache S.A.	NC	E	0.09	-	0.66	-	-	0.25	-
Consorcio Eléctrico Villacuri S.A.C.	NC	P	0.07	-	0.33	-	-	0.25	-
Electropangoa S.A.	NC	P	0.07	-	0.33	-	-	0.25	-
Empresa Distribuidora y Comercializadora de Electricidad San Ramón de Pangoa S.A.	NC	P	0.06	-	-	-	-	0.25	-

Nota. D1= Información financiera; D2= Información corporativa; D3= Comunicación y divulgación; D4 = Ética, integridad y rendición de cuentas; D5 = Responsabilidad social y medio ambiental; D6 = Gobernanza corporativa; ITC-DE = Índice de transparencia corporativa distribución eléctrica; C/NC = Cotiza / No cotiza; E/P = Estatal / Privado.

En la Figura 18 se puede identificar un desempeño homogéneo en las empresas estatales que cotizan en la BVL, a diferencia de las empresas privadas que no lo hacen. Asimismo, se evidencia que aquellas empresas estatales que vienen cotizando en bolsa muestran un nivel de transparencia bastante óptimo. Esto se encuentra sustentado principalmente por dos condiciones. La primera asociada a las exigencias del ente bursátil, el cual exige un reporte en gasto de responsabilidad social y recursos hídricos y energéticos. En segundo lugar, al ser estatal deben ceñirse al cumplimiento de la ley de transparencia, que exige la divulgación en internet de las siguientes dimensiones: (a) Gobernanza Corporativa y (b) Comunicación y Divulgación.

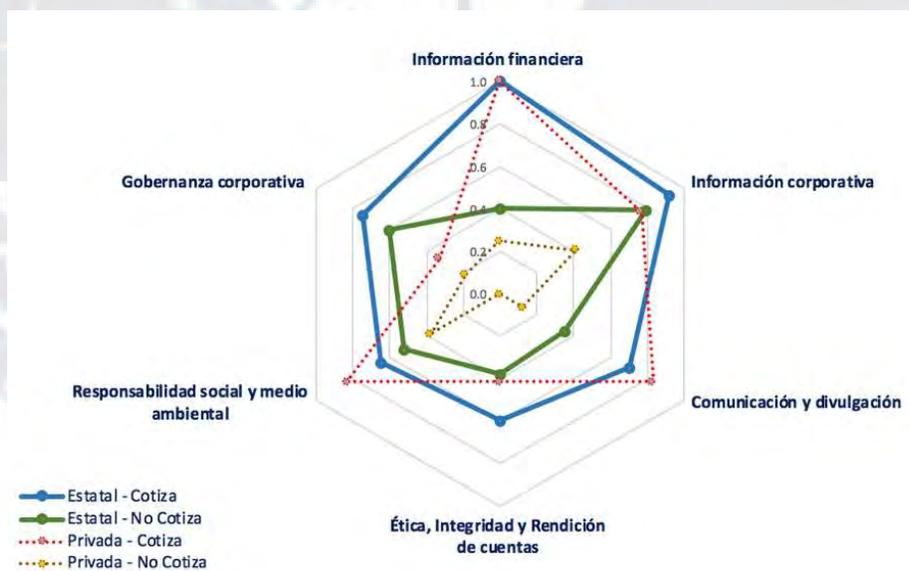


Figura 18. Comparación de dimensiones del ITC-DE en empresas estatales y privadas que cotizan y no en la BVL.

El gráfico líder/rezagado de la Figura 19, muestra a la empresa SEAL como el líder en el índice de transparencia corporativa de las empresas del sector distribución de energía. Su alto puntaje obtenido resulta de la divulgación de la gran parte de las variables conformantes de las seis dimensiones. Sin embargo, aún se percibe la necesidad de mejorar su índice en la

dimensión: ética, integridad y rendición de cuentas. Esto, básicamente porque la empresa aún no muestra una estructura de compliance and integrity.

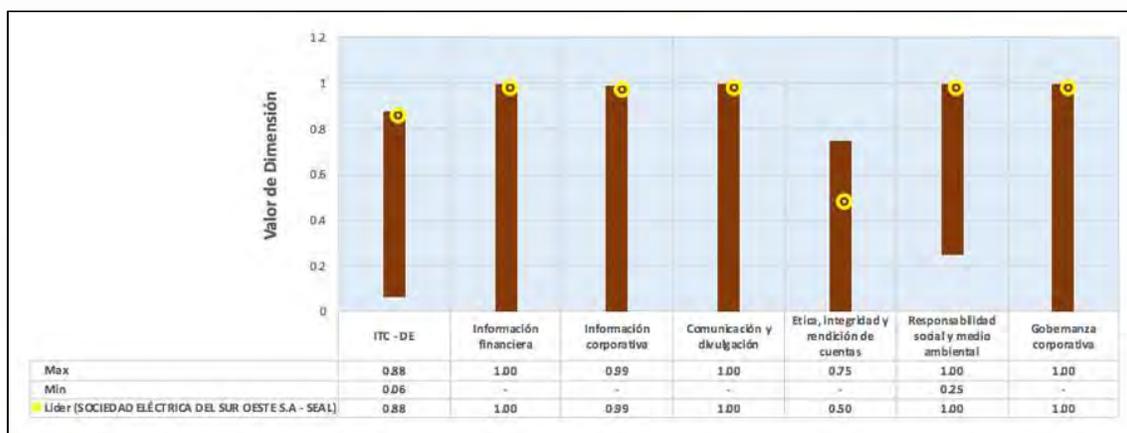


Figura 19. Líder/rezagado de las dimensiones del ITC-DE en el Perú.
ITC-DE = Índice de transparencia corporativa sector distribución eléctrica.

5.3 Análisis de Resultados de las Tres Primeras Empresas del Ranking ITC-DE

Las tres empresas que obtuvieron los más altos valores del modelo de ITC-DE son la empresa estatal SEAL, seguida por la empresa privada Luz del Sur y, por último, la empresa estatal Electro Oriente. En la Figura 20 se muestran sus datos principales y resultados de cada una de las seis dimensiones obtenidas en el análisis del modelo ITC-DE.

El primer lugar lo obtiene la empresa estatal SEAL con un valor de ITC-DE de 0.88. Esta empresa obtuvo el mayor desempeño luego de la evaluación de su seis dimensiones y 18 variables. En ese sentido, se puede percibir un comportamiento bastante uniforme en sus cinco dimensiones a excepción de la dimensión Ética, Integridad y Rendición de Cuentas. Se evidenció falencias respecto a las variables: contratación de bienes y servicios y, compliance and integrity. Esto se evidencia porque SEAL no divulga sus políticas de contratación y es parte de la gran cantidad de empresas en el Perú que no cuentan con una cultura de compliance. Luego del análisis de regresión se pudo identificar un bajo índice de correlación, lo cual evidencia la inexistente relación entre la participación del mercado eléctrico (SEAL tiene un 4.8% de participación) y el ITC-DE obtenido por SEAL (primer lugar del ranking).

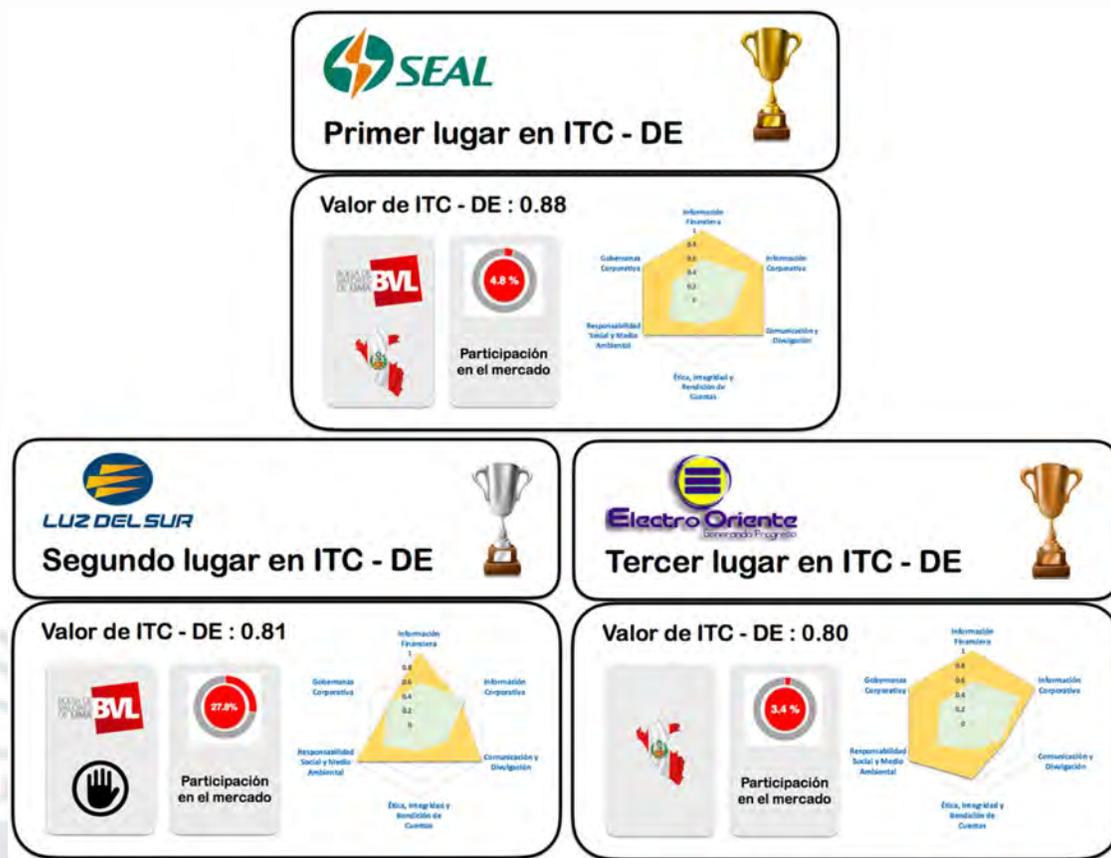


Figura 20. Primeros tres lugares en el ranking del ITC-DE en el Perú.

El segundo lugar lo obtiene la empresa privada Luz del Sur con un valor de ITC-DE de 0.81. Las dimensiones donde obtiene el puntaje máximo son: Información Financiera, Comunicación y Divulgación y, Responsabilidad Social y Medio Ambiental. La dimensión Información Corporativa logra un puntaje de 0.66, debido a la falta de información de la variable: noticia y eventos corporativos. No se evidencia en su portal web publicaciones respecto a este punto. La dimensión de Ética, Integridad y Rendición de Cuentas logra un puntaje de 0.50, debido a la falta de información de la variable: compliance and integrity. No se evidencia esta variable como parte de su cultura organizacional, tampoco se evidencia alguna publicación en su portal respecto a este punto. La dimensión Gobernanza Corporativa logra un puntaje de 0.5, debido a la falta de información de las variables: órgano de

contraloría y documentos estatutarios. Cabe indicar que Luz del Sur tiene el más alto porcentaje de participación en el mercado con un 27.8%.

El tercer lugar es para la empresa estatal Electro Oriente con un valor de ITC-DE de 0.80. Esta empresa obtuvo resultados máximos en las dimensiones de Información Financiera, Información Corporativa, Responsabilidad Social y Medio Ambiental y, Gobernanza Corporativa. A diferencia de las dos primeras empresas, Electro Oriente no cuenta con un área de comunicación definida, razón por la cual, el resultado de la dimensión Comunicación y Divulgación es la mitad del máximo posible. Sin embargo, en la dimensión de Ética, Integridad y Rendición de Cuentas, Electro Oriente obtiene un valor de 0.75, esto se debe a que divulga su política de contratación de bienes y servicios. La empresa, a pesar de tener 4 de 6 dimensiones con valores superiores respecto a Luz el Sur, que tiene solo 3 de 6, obtiene el tercer lugar. Esto es debido al peso de la dimensión de Comunicación y Divulgación en el modelo. Electro Oriente obtiene un valor de 0.50, mientras que Luz del Sur obtiene un valor de 1.0.

5.4 Análisis de Resultados por Dimensiones

En la Figura 21 se muestra la dimensión Información Financiera:

- El 59 % de las empresas (13 de las 22 analizadas), divulgan sus estados financieros. Según lo visto en la justificación de la dimensión, estas 13 empresas al presentar sus EEFF podrían contar con una mejor percepción de transparencia ante sus stakeholders.
- De las 13 empresas que divulgan sus estados financieros ocho cotizan en la BVL, esto como parte de las exigencias determinadas por la entidad bursátil. Las 8 empresas restantes los divulgan por libre voluntad. Hasta el 2016 el artículo 5 de la Ley 29720 obligaba a toda empresa a presentar sus EEFF; sin embargo, con fecha 4 de marzo del 2016, mediante resolución SMV N° 002-2016-SMV/01 las

empresas no están obligadas a presentar sus estados financieros auditados, esto debido al impacto económico que esto representaba en más de 6,000 compañías.

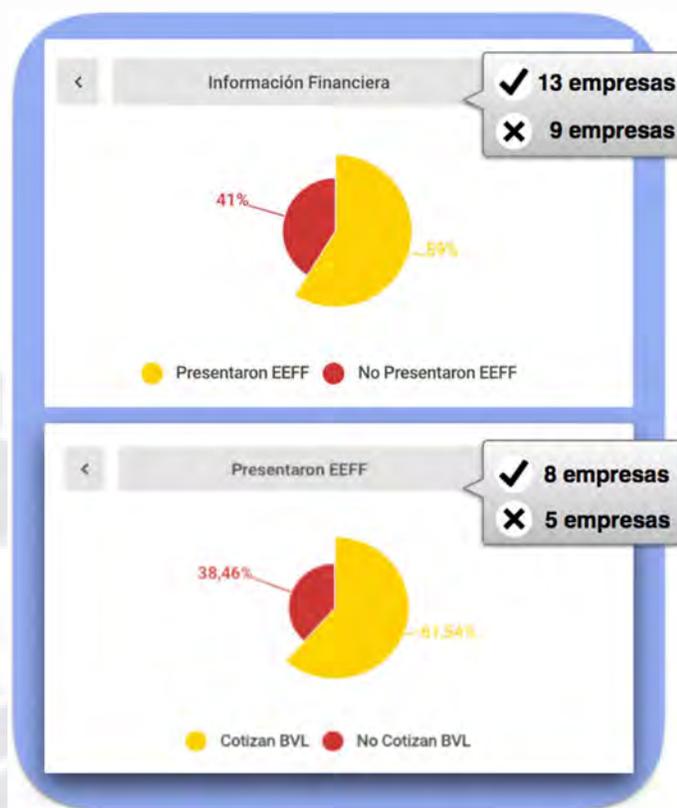


Figura 21. Análisis de la dimensión información financiera.

La Figura 22 muestra la dimensión Información Corporativa:

- El 50 % de las empresas (11 de las 22 analizadas), cumplen con presentar información de las tres variables de la dimensión. Según lo visto en la justificación de la dimensión, estas 11 empresas al presentar información corporativa podrían contar con mejores beneficios económicos asociados con una mayor transparencia en esta dimensión.
- Se puede observar que esta dimensión tiene el más alto resultado, en promedio, respecto a las demás (0.75 de 1.00). Esto porque la mayoría de las empresas divulgan a través de su página web sus: compromisos, valores corporativos, noticias, etc.

- De las 15 empresas estatales del sector, todas presentan información de tener un portal web. Esto se debe que la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública obliga a que toda empresa estatal cuente con un acceso y un responsable de un portal de transparencia.
- De las siete empresas privadas del sector, el 71% no presenta información de noticias y/o eventos corporativos. Es una gran oportunidad para estas empresas mostrar más compromiso con sus grupos de interés, sobre todo porque un 86% de estas cuentas con un portal web donde poder difundirlas.



Figura 22. Análisis de la dimensión información corporativa.

La Figura 23 muestra la dimensión Comunicación y Divulgación:

- El 45 % de las empresas (10 de las 22 analizadas), cumplen con presentar información de 1 de las 2 variables de la dimensión. Igualmente, el 45% de las empresas (7 empresas), no cumplen con presentar información alguna. Esta situación es preocupante debido a que es vital que las organizaciones cuenten con un área de comunicación.

- Esta dimensión tiene el mayor peso (0.26 de 1.00) de todas las dimensiones del modelo ITC-DE. Por lo tanto, el valor obtenido en esta dimensión es gravitante para el resultado final del modelo.
- El 80% de las empresas estatales (12 empresas) y el 71% de las empresas privadas (5 empresas) no presentan información de contar con un área de comunicaciones. Esto indica que dichas empresas no cuentan con una estrategia definida para divulgar información hacia adentro o hacia afuera.
- El 73% de empresas estatales (11 empresas) y el 57% de empresas privadas (4 empresas) cuentan con información de redes sociales. Esta variable únicamente analiza la presencia o ausencia, pero no mide la gestión de las redes, la calidad de su información, ni la interacción con sus partes interesadas.



Figura 23. Análisis de la dimensión comunicación y divulgación.

La Figura 24 muestra la dimensión Ética, Integridad y Rendición de Cuentas:

- El 45.5 % de las empresas (10 de las 22 analizadas), únicamente informan 2 de las 4 variables de la dimensión.
- Se puede observar que esta dimensión tiene el más bajo resultado, en promedio, respecto a las demás (0.35 de 1.00). Esto porque existe un 31.8 % de empresas (7 de 22) que no presentan ninguna variable de la dimensión.
- Cuatro empresas privadas que no cotizan en la BVL no presentan ninguna información de las variables de la dimensión.
- Las empresas estatales evidencian un destacable resultado en lo referido a la variable sanciones. Esto se encuentra vinculado a la exigencia plasmada en el artículo 4° - Responsabilidades y Sanciones de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, la cual es incisiva en comunicar que las empresas estatales o servidores públicos que incumplen con las exigencias de la referida ley generará sanción y será calificado por la comisión como falta grave, pudiendo ser incluso denunciados penalmente.
- Ninguna de las 22 empresas del sector presenta información de la variable Compliance and Integrity. Esta situación reviste importancia, porque dicha variable mide la presencia de una cultura de integridad en las organizaciones. Puede que las organizaciones exhiban una política de sanciones y código de ética, pero la divulgación de la cultura de integridad revela el compromiso real de estas con un comportamiento íntegro para sus actividades empresariales. Se espera que con la vigencia de la ley 30424, modificada por el D.L. 1052, las empresas implementen un sistema de compliance and integrity como parte de la cultura organizacional. Esta norma pretende que las empresas tengan sistemas de prevención para combatir los actos de corrupción al interior de las empresas,



Figura 24. Análisis de la dimensión ética, integridad y rendición de cuentas.

La Figura 25 muestra la dimensión Responsabilidad Social y Medio Ambiental:

- El 22.7 % de las empresas (5 de las 22 analizadas), informan en su totalidad las 4 variables de la dimensión. Esto contrasta con el 36.4% (8 empresas) que solo informan una variable.
- En el gráfico de radar se muestra el resultado promedio de las variables de la dimensión, según su clasificación por tipo (estatal o privada) y su inclusión en el ente bursátil local, BVL (cotiza, no cotiza).
- En esta figura se evidencia que todas las empresas divulgan una política de impacto de sus actividades en el medio ambiente. Este cumplimiento se debe a la Ley 27746 - Ley de Sistema Nacional de Impacto Ambiental (SEIA).
- De acuerdo al gráfico de radar, las empresas privadas y que cotizan en bolsa tienen un desempeño superior respecto a las demás. La diferencia radica que dos de sus variables: uso de recursos hídricos y energéticos e inversión en responsabilidad social son exigidos por la BVL.
- Al contrario, las empresas privadas y que no cotizan en la BVL, muestran una diferencia significativa entre las demás, en las variables: uso de recursos hídricos y

energéticos, inversión en responsabilidad social y exhibición de política o compromiso de responsabilidad social.



Figura 25. Análisis de la dimensión responsabilidad social y medio ambiental.

La Figura 26 muestra la dimensión Gobernanza Corporativa:

- El 31.82 % de las empresas (7 de las 22 analizadas) informan 3 de las 4 variables de la dimensión. Al contrario, el 22.73% (5 empresas) no divulgan ninguna de las variables, estas empresas podrían generar inquietud y falta de confianza en los grupos de interés al no tener acceso de información sobre: estructura organizacional, instrumentos de gobierno, órganos de control y documentos estatutarios que rigen a la empresa.
- Es importante resaltar que de acuerdo al análisis del ITC-DE, las empresas que tienen el mayor desempeño en este índice, vienen conformadas por un conjunto de compañías estatales y privadas. Sin embargo, cuando hacemos una comparación del comportamiento de las empresas teniendo en cuenta sólo la dimensión de Gobernanza Corporativa, se puede apreciar que las cinco que obtuvieron el indicador más alto son estatales. Esto se encuentra sustentado en que las variables: (a) estructura organizacional; (b) órgano de contraloría; (c) documentos

estatutarios; (d) políticas, normas y reglamentos internos; son parte de la exigencia del artículo 5° de la Ley de Transparencia de Acceso a la Información Pública.



Figura 26. Análisis de la dimensión gobernanza corporativa.
P = Empresas privadas; E = Empresas estatales.

5.5 Análisis de la Transparencia Corporativa en el Sector de Distribución Eléctrica.

Luego del cálculo del ITC-DE para las 22 empresas conformantes del sector distribución de energía, se determinó tres niveles de clasificación de transparencia corporativa: (a) alto; (b) medio y; (c) bajo. Para determinar el valor de los intervalos de los niveles de clasificación se analizó la distribución de frecuencias de la variable ITC-DE. Ver Tabla 16. En la tabla, se observa que solo el 41% de las 22 empresas logran un nivel alto de transparencia o de ITC-DE, por lo tanto, el sector de distribución no es transparente. Para poder considerar al sector como transparente, se espera un porcentaje mayor al 50%.

Tabla 16

Análisis de Frecuencia de los resultados del ITC-DE

Nivel	Rango	Frecuencia	
		(Nº empresas)	Frecuencia relativa
Alto	De 0.63 a 1.00	9	41%
Medio	De 0.35 a 0.62	6	27%
Bajo	De 0 a 0.34	7	32%

5.6 Resumen

Después de aplicar el modelo del ITC-DE en el sector de distribución eléctrica, los resultados muestran a la empresa estatal SEAL en primer lugar con un puntaje con 0.88, seguido por la empresa de capital privado Luz del Sur, con 0.81 y en tercer lugar a la empresa estatal Electro Oriente con 0.80. Igualmente, se evidencia un desempeño homogéneo en las empresas estatales que cotizan en la BVL, a diferencia de las empresas privadas que no lo hacen. Asimismo, aquellas empresas estatales que vienen cotizando en bolsa muestran un nivel de transparencia bastante óptimo. Se ha podido determinar que el tamaño de la participación del mercado en las empresas evaluadas, no guarda una relación directa con el índice de transparencia, esto se evidencio al realizar un análisis de regresión entre ambas variables, es decir, un aumento de participación en el mercado, no necesariamente implica el aumento de transparencia corporativa. Esto se valida con los resultados de la empresa SEAL, que obtuvo el primer lugar del ranking en el ITC-DE; sin embargo, presenta una baja participación en el mercado.

La dimensión con más alto desempeño en todo el sector es Información Corporativa con 0.75 en promedio y la de más bajo desempeño lo obtiene la dimensión Ética, Integridad y Rendición de Cuentas con 0.36 en promedio. La dimensión del modelo ITC-DE, Comunicación y Divulgación, toma relevante importancia al momento de evaluar el ranking de las empresas del sector energía, esto debido al valor de su ponderación (26.87%). Esto se

valida con los resultados del segundo y tercer lugar, la empresa Electro Oriente tiene 3 de 6 dimensiones con valores superiores a Luz del Sur, sin embargo, esta última obtiene un segundo lugar al tener mayor solo una dimensión: Comunicación y Divulgación. Igualmente, se obtiene que la dimensión donde ninguna empresa logra informar todas sus variables es la de Ética, Integridad y Rendición de Cuentas.



Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones

En el presente capítulo, se brindarán conclusiones y recomendaciones producto de la investigación realizada. Para comenzar, desarrollar un índice de transparencia corporativa implica un alto grado de exigencia, ya que, en el Perú, no existen investigaciones relacionadas a este tema, asimismo, tampoco se cuenta con una cultura que promueva la transparencia. Esto es evidente en varios aspectos: empresariales, políticos, judiciales, laborales, etc. En lo relacionado al ámbito corporativo, no hay una cultura que promueva la divulgación de la información institucional por parte de las empresas públicas y privadas. Si bien, existe una mayor regulación para las empresas estatales, el tema de transparencia está pobremente desarrollado en nuestro país.

En lo que se refiere al desarrollo del ITC-DE, se contó con una sólida revisión de la literatura, lo que permitió conocer la evolución histórica del concepto de transparencia y los diferentes modelos existentes a nivel mundial, Latinoamérica y Perú. Posteriormente, se definió la metodología que serviría como columna vertebral del ITC-DE; luego, se definieron los pesos de cada dimensión y variables para, finalmente, aplicar el modelo utilizando información secundaria de 22 empresas pertenecientes al sector de distribución de energía. A continuación, se brindan las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

6.1 Conclusiones

1. El ITC-DE de la presente investigación quedó estructurado con seis dimensiones y 18 variables. Las dimensiones son (a) información financiera, (b) información corporativa, (c) comunicación y divulgación, (d) ética, integridad y rendición de cuentas, (e) responsabilidad social y medio ambiental, y (f) gobernanza corporativa.
2. El modelo de transparencia propuesto permite un análisis holístico del sector distribución de energía, mediante la inclusión de la dimensión Gobernanza

Corporativa en su estructura. Esto lo diferencia de otros modelos que enfocan su análisis únicamente en esta dimensión.

3. Luego del cálculo del coeficiente de determinación ($R^2 = 0.2375$), se encontró una baja correlación entre la participación de mercado y el ITC. Por lo tanto, se puede afirmar que la transparencia no guarda relación con el tamaño de la empresa en el mercado. Esto queda evidenciado en los casos de SEAL y Electro Oriente, quienes presentan baja participación del mercado, pero obtuvieron el primer y tercer lugar del ranking de transparencia respectivamente.
4. Cuando se hizo el análisis de las dimensiones que forman parte del ITC-DE, se encontró cierto nivel de confusión entre el concepto de gobernanza corporativa y transparencia, debido a que, en algunos modelos, la transparencia constituye uno de los componentes de la gobernanza.
5. Los resultados evidenciaron que aquellas empresas que cotizan en bolsa, obtuvieron mayores puntajes en el porcentaje del ITC-DE con respecto a aquellas que no lo hacen.
6. De acuerdo al análisis del indicador de transparencia corporativa asociado al sector energía, se puede evidenciar que la empresa estatal SEAL lideró el ITC-DE con un valor de 0.88.
7. Se encontró que las empresas estatales con derecho privado cuentan con mayor acceso a la información institucional a través del portal de transparencia, presente en su página web. En contraposición, el acceso a la información fue más disperso para las empresas privadas, en donde se tuvo que buscar en diversas fuentes: página web, memoria anual, etc.
8. En el análisis del modelo de transparencia, se evidencia la existencia de un importante volumen de estudios en España; los cuales están aplicados a diferentes

organizaciones tales como ONG, gobiernos regionales, empresas privadas que cotizan en bolsa, empresas de tecnología informática, etc.

9. En el Perú, se encontró únicamente un estudio de transparencia asociado al sector energía, el cual analizó el cumplimiento de los portales de transparencia exigidos por la ley de transparencia de acceso a la información pública.

6.2 Recomendaciones

1. Ampliar el alcance del índice al total de las etapas del sector energía, es decir, generar un indicador de transparencia para el sistema de transmisión y generación.
2. Dependiendo de la etapa del sector de energía al que se pretenda expandir el índice, se debe identificar aquellas dimensiones o variables a incorporarse.
3. Aplicar el índice de transparencia corporativa del sector distribución a diferentes empresas de países latino americanos, de esta manera establecer un ranking a nivel Latinoamérica.
4. Robustecer el ITC-DE mediante la incorporación de variables en las dimensiones ya establecidas. A mayor cantidad de variables incorporadas, aumentará su alcance y precisión, contribuyendo a un mejor análisis del sector.
5. Utilizar herramientas de fuente primaria, como encuestas, para conseguir la percepción de las dimensiones, algo que no es posible obtener con fuentes secundarias.
6. Para aquellas empresas que obtuvieron un resultado en el intervalo bajo (0 a 0.34), se debería establecer un plan de adecuación a las exigencias de transparencia. En el caso de las empresas estatales, una adecuación gradual al cumplimiento de la Ley 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Para las empresas privadas, incluir en el contrato de concesión el cumplimiento de las exigencias de transparencia.

Referencias

- Alcaraz-Quiles, F. J., Navarro-Galera, A., & Ortiz-Rodríguez, D. (2017). La transparencia sobre sostenibilidad en gobiernos regionales: el caso de España. *Convergencia: Revista De Ciencias Sociales*, (73), 113-140.
- Arellano, D. & Lepore, W. (2009). Reformas de transparencia: hacer endógena la transparencia organizacional. El caso de México. *Foro Internacional*, 49(2), (196), 312-341.
- Arredondo, F., De la Garza, J., & Vázquez, J. (2014). Transparencia en las organizaciones, una aproximación desde la perspectiva de los colaboradores. *Estudios Gerenciales*, Vol 30, Iss 133, Pp 408-418 (2014), (133), 408. doi:10.1016/j.estger.2014.06.007
- Asogwa, E. (2016). Corporate governance in nigerian banks: A theoretical review. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 7-15.
- Auger, G. (2014). Trust me, trust me not: An experimental analysis of the effect of transparency on organizations. *Journal of Public Relations Research*, 26(4), 325–343. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2014.908722>
- Baamonde, X., García, S., & Martínez, R. (2017). Solidaridad y transparencia digital. Webs y redes sociales de las ONG's españolas de acción social. *El Profesional de la información*, 26(3), 438-446. doi:10.3145/epi.2017.may.10
- Bacigalupo, S. (2016, setiembre). Cultura de cumplimiento e integridad: elemento clave de la
- Baracaldo, N. (2013). ¿Es garante del principio de transparencia la implementación de normas internacionales en Colombia? *Cuadernos Contables*, 1097-1120.
- Baraibar-Diez, E., & Luna, 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. doi:10.7819/rbgn.v20i1.3600

- Baraibar, E. (2013). *Contextualización de la transparencia en la integración de los elementos de la comunicación empresarial y aplicaciones empíricas de la transparencia social* (Tesis doctoral), Universidad de Cantabria, Santander, España.
- Berglof, E., & Pajuste, A. (2005). What do firms disclose and why? Enforcing corporate governance and transparency in central and Eastern Europe. *Oxford Review of Economic Policy*, 178-197.
- Bonifaz, J. (2001). Distribución eléctrica en el Perú regulación y eficiencia. *Consortio de investigación económica y social (CIES) / Universidad del Pacífico - Centro de Investigación (CIUP)*, 11-21
- Bonifaz, J. (2001). Distribución eléctrica en el Perú regulación y eficiencia. *Consortio de investigación económica y social (CIES) / Universidad del Pacífico - Centro de Investigación (CIUP)*, 11-21.
- Briano, G. (2014). Factores que inciden en una mayor transparencia de gobernanza corporativa en empresas cotizadas latinoamericanas. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas. Nueva Época / Mexican Journal of Economics and Finance*, 9(2), 105-124.
- Bushman, R. y Smith, A. (2001). Financial accounting information and corporate governance. *Journal of Accounting and Economics*, 32(1), pp. 237-333
- Bushman, R., Piotroski, J. & Smith, A. (2004). What determines corporate transparency? *Journal of Accounting Research*, 42, 207-252.
- Bushman, R., Piotroski, J., & Smith, A. (2004). What determines corporate transparency? *Journal of Accounting Research*, 207-250.
- Calderón, B., & Zabib, Y. (2016). La nueva era en la transparencia corporativa. Recuperado de <http://governart.com/home/reporte-la-nueva-era-en-la-transparencia-corporativa-estandares-de-reporte-srs/>

- Camacho, N. (2017). *Efecto de la aplicación de las buenas prácticas de gobierno corporativo en el desempeño operativo de las empresas peruanas listadas en la Bolsa de Valores de Lima para los años 2008-2013* (Tesis de licenciatura en Contabilidad y Auditoría), Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Programa Académico de Contabilidad y Auditoría. Piura, Perú.
- Carbejales, M. (2003). Hacia un buen gobierno corporativo. *Análisis Financiero*, 89-94.
- Cardona López, D. E., & Ruiz Ruiz, D. (2015). Gobierno corporativo aplicado. Un observatorio Latinoamericano de buenas prácticas. *Trabajo de Grado de Contaduría Universidad de Antioquía*, 1-40.
- Corporación Transparencia por Colombia. (2015). Documento metodológico índice de transparencia municipal 2015 – 2016. Recuperado de <http://transparenciacolombia.org.co/indice-de-transparencia-municipal-2015-2016/>
- Dahya, J., Lonie, A., & Power, D. (1996). The case for separating the roles of Chairman and CEO: An analysis of stock market and accounting data. *Corporate Governance -An International Review*, 71-77.
- Dal Pai, L. (2016). Gobierno corporativo y sus efectos en los indicadores económico-financiero de las empresas de capital abierto del sector eléctrico brasileño. *SaberES*, 1-12.
- De León, P. (2008). Hacia un concepto de transparencia: Orígenes e importancia. *Black Box Media, Central American Business Intelligence*, 1-11.
- Díaz, R., Fernández, P., Parra, P., Pinto, N., Allende, C., De La Vega, R., & Álvarez, M. (2012). *Transparencia Corporativa – Perú 212*. Recuperado de <http://www.transparenciacorporativa.cl/>

- Disclosure as Governance: The Extractive industries transparency initiative and resource management in the developing world. (2010). *Global Environmental Politics*, 10(3), 53-73.
- Extractive Industries Transparency Initiative. (2016). *The EITI Standard 2016*. Recuperado de <https://eiti.org/document/standard>
- Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F.: McGraw W-Hill/Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Gamboa, A. (2013, diciembre). Transparencia en el sector energético – Diagnostico 2013. Lima, Perú: Realidades.
- Gandía, J., & Andrés, T. (2005). e-Gobierno corporativo y transparencia informativa en las sociedades cotizadas españolas: Un estudio empírico. *Comisión Nacional del Mercado de Valores*, (8),1-47.
- Global Reporting Initiative. (2011) *Sustainability reporting guidelines. Versión 3.1*. Recuperado de <https://www.globalreporting.org/Search/Pages/default.aspx?k=sustainability%20G3&s=Website>
- Graf, J. (1999). *The Transparency international corruption perceptions index 1999 — Framework Document*. Recuperado de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.477.2851>
- Granados, N., & Gupta, A. (2013). Transparency strategy: Competing with information in a digital world. *MIS Quarterly*, 37(2), 637–641. Recuperado de <http://search.ebscohost.com.ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=87371436&lang=es&site=ehost-live>
- Guadalupe, B., & Lázaro, A. (2013). Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 16,187-208.

- Halter, M., Arruda, M., & Halter, R. (2009). Transparency to reduce corruption? *Journal of Business Ethics*, 84, 373–385. <https://doi-org.ezproxybib.pucp.edu.pe/10.1007/s10551-009-0198-6>
- Haniffa, R., & Cooke, T. (2002). Culture, corporate governance and disclosure in Malaysian corporations. *Abacus*, 317-349.
- 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.
- Herrera, H., & Arias, D., & Colín, R. (2017). Transparencia municipal: método de cálculo de indicador condensado. Propuesta para los gobiernos locales de Michoacán, México. *Revista Enfoques: Ciencia Política y Administración Pública*, XV (26), 37-66.
- Hosseini, M., Shahri, A., Phalp, K., & Ali, R. (2018). Four reference models for transparency requirements in information systems. *Requirements Engineering*, 23(2), 251–275. <https://doi-org.ezproxybib.pucp.edu.pe/10.1007/s00766-017-0265-y>
- Inteligencia de Negocios. (2010). *Índice de transparencia corporativa ITC 2010*. Recuperado de <http://www.transparenciacorporativa.cl/>
- Inteligencia de Negocios. (2012). *Índice de transparencia corporativa ITC 2012*. Recuperado de <http://www.transparenciacorporativa.cl/>
- La Rosa, A. (2009). Transparencia, acceso a la información y credibilidad en la sociedad de la información. *Consensus (16803817)*, 14(1), 33–39. Recuperado de <http://ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=70021537&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Lázaro, A. (2013). Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 187-208.

- Lindstedt, C., & Naurin, D. (2010). Transparency is not enough: Making transparency effective in reducing corruption. *International Political Science Review*, 301-322.
- Lindstedt, C., & Naurin, D. (2010). Transparency is not enough: Making transparency effective in reducing corruption. *International Political Science Review*, 301-322.
- Longinos, J., Arcas, N., Martínez, I., & Olmedo, I. (2012). Transparencia, gobierno corporativo y participación: Claves para la implementación de un código de conducta en empresas de economía social. *Revista de Estudios Cooperativos*, 86-112.
- López, P., O'Kuinghttons, C., González, F., & Martínez, J. (2017). *TRAC-Chile 2017*. Recuperado de <https://www.tracchile.cl/>
- Mañas, E. & Montes, O. (2016). Informe sobre la transparencia corporativa en España: una visión desde el sector empresarial, los medios de comunicación y las organizaciones pro-transparencia. *Fundación Alternativas* (Publicación No 192/2016). Recuperado de <http://www.fundacionalternativas.org/laboratorio/documentos>
- Montoya, K. (2017, 22 de agosto). Odebrecht no tenía un sistema de compliance en lo absoluto. *Semana Económica*. Recuperado de <http://semanaeconomica.com/article/management/gobierno-corporativo/240399-odebrecht-no-tenia-un-sistema-de-compliance-en-lo-absoluto/>
- Mrcela, M. (2016, 27 de diciembre). Corrupción y transparencia, enemigos íntimos. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2016/12/26/opinion/1482755400_388159.html
- Mungiu, A., & Dadašov, R. (2016). Measuring control of corruption by a new index of public integrity. *European Journal on Criminal Policy & Research*, 22(3), 415–438. <https://doi.org/10.1007/s10610-016-9324-z>
- Navarro, A., Alcaraz, F., & Ortiz, D. (2010). La divulgación de información sobre responsabilidad corporativa en administraciones públicas: Un estudio empírico en

- gobiernos locales. *Revista De Contabilidad: Spanish Accounting Review, Vol 13, Iss 2, Pp 285-314 (2010)*, (2), 285. doi:10.1016/S1138-4891(10)70019-4
- Orellana, L. (2013). El derecho de acceso a la información pública ambiental. En Organismo de evaluación y fiscalización ambiental – OEFA (Ed.). *El Nuevo Enfoque de la fiscalización ambiental* (pp. 63-85). Lima, Perú: Rhodas.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2008). *Handbook on constructing composite indicators. Methodology and User Guide*. Recuperado de <http://www.oecd.org/els/soc/handbookonconstructingcompositeindicatorsmethodologyanduserguide.htm>
- Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería. (2016). *Participación de empresas en el mercado eléctrico – 2016*. Recuperado de <http://www.osinergmin.gob.pe/empresas/electricidad/publicaciones>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2004). *Principios de gobierno corporativo de la OCDE*. Recuperado de <http://www.oecd.org/corporate/ca/corporategovernanceprinciples/37191543>
- Oxelheim, L. (2010). Sobre la transparencia del rendimiento empresarial en un entorno macroeconómico volátil. *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, 35-54.
- Patel, S. & Dallas, G. (2002). Transparency and disclosure: Overview of methodology and study results—United States. *Standar & Poor's*. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.422800>
- Patel, S., Balic, A., & Bwakira, L. (2002). Measuring transparency and disclosure at firm-level in emerging markets. *Emerging Markets Review*, 3(4), 325.
- Penfold, M., Oneto, A., & Rodríguez, G. (2015). *La transparencia del gobierno corporativo en las Empresas de Propiedad del Estado en América Latina*. Caracas: CAF. Recuperado de <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/767>

- Pereira, R., Carvalhal, A., & Iervolino, A. (2015). One decade of evolution of corporate governance practices in Brazil. *Revista Brasileira de Finanças*, 13(1), 134-161.
- Perramon, J. (2013). La transparencia: concepto, evolución y retos actuales. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 11-27.
- Plataforma de ONG de Acción Social. (2015). *Indicadores de transparencia y buen gobierno (versión ONG de acción social)*. Recuperado de <https://www.plataformaong.org/recursos/137/indicadores-de-transparencia-y-buen-gobierno-version-ong-de-accion-social>
- Prevenición de riesgos penales. *Revista internacional de transparencia e integridad*, 2(9). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/486933>
- Quezada, C. (2007). Potencia estadística, sensibilidad y tamaño de efecto: ¿Un nuevo canon para la investigación? *Onomázein*, 159-170.
- Ramírez, M. (2004). El método de jerarquías analíticas de Saaty en la ponderación de variables. Aplicación al nivel de mortalidad y morbilidad en la provincia del chaco. (República Argentina). *Revista Geográfica*. Recuperado de <http://hum.unne.edu.ar/investigacion/geografia/labtig/publicaciones.htm>
- Rawlins, B. (2009). Give the emperor a mirror: Toward developing a stakeholder measurement of organizational transparency. *Journal of Public Relations Research*, 21(1), 71–99. <https://doi.org/10.1080/10627260802153421>
- Red de Transparencia y Acceso a la Información. (2015). *Modelo de medición internacional de transparencia para la red de transparencia y acceso a la información pública (RTA)*. Recuperado de <https://redrta.org/modelo-indicadores-rta/>
- Right to Information. (2016). *Global right to information rating*. Recuperado de <http://www.rti-rating.org/>

- Rocca, L. (2015). El nuevo reglamento de hechos de importancia en el Perú. *Ius et Praxis, Revista de la Facultad de Derecho Universidad de Lima*, 89-112.
- Sáez, S., & Font, L. (2001). Incertidumbre de la medición: Teoría y práctica. *L&S Consultores*, 2-88.
- Sanz, C., & Aliaga, J. (2008). Un análisis de la transparencia informativa por medio de las páginas web corporativas. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 52, 85-104.
- Schauer, F. (2014). Transparencia en tres dimensiones. *Revista de Derecho*, 81-103.
- Schnackenberg, A. (2011). Measuring transparency: towards a greater understanding of systemic transparency and accountability. *Weatherhead School of Management. Case Western Reserve University*. Recuperado de <https://weatherhead.case.edu/departments/organizational-behavior/working-papers>
- Schuschny, A., & Soto, H. (2009). Guía metodológica de diseño de indicadores compuestos de desarrollo sostenible. *Comisión económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*, 7-105.
- Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación. (2014). Cultura de la transparencia. *Cultura de Formación Sindical*, 9-30
- Suárez, M. (2016, 10 de febrero). Firmas que invierten en RSE son seis puntos más rentables. *La República*. Recuperado de <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/firmas-que-invierten-en-rse-son-seis-puntos-mas-rentables-2348551>
- The Economist. (14 de julio de 2012). Corporate transparency. Measuring mud. *The Economist*. Recuperado de <https://www.economist.com/node/21558610>
- Transparency International. (2018). *Corruption perceptions index 2017*. Recuperado de https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2017
- Vaccaro, A. y Simon, A (2011). Transparency in business: The perspective of catholic social teaching and the “Caritas in Veritate”. *Journal of Business Ethics*, 100, 17-27.

- Vaccaro, A., & Madsen, P. (2009). Corporate dynamic transparency: The new ICT-driven ethics? *Ethics and Information Technology*, 113-122.
- Vargas, M. (2001). Piratas, hackers y nómadas: La política en la era de la transparencia. *Anuario del Centro de Investigaciones y Estudios Políticos, Universidad de Costa Rica*, 263-283.
- Woo, C., Zarnikau, J., Horowitz, I., & Shiu, A. (2014). Transparency of retail energy pricing: Evidence from the US natural gas industry. *Managerial & Decision Economics*, 35(4), 300-308. doi:10.1002/mde.2616
- Yu, H., Huang, C., Lin, Y., & Tsai, C. (2017). The impact of information transparency on information transfer. *Emerging Markets Finance & Trade*, 53(4), 776–785. doi: 10.1080/1540496X.2015.1093850

Apéndice A: Índices Transparencia a Nivel Mundial

Tabla A1

Dimensiones y Variables del Right to Information (RTI)

Dimensión	Variable
Derecho de acceso	<ol style="list-style-type: none"> 1. El marco legal reconoce un derecho fundamental de acceso a la información. 2. El marco legal crea una presunción específica a favor del acceso a toda la información en poder de las autoridades públicas, sujeto sólo a excepciones limitadas. 3. El marco legal contiene una declaración específica de principios que exige una interpretación amplia de la ley de RTI. ¿El marco legal enfatiza los beneficios del derecho a la información?
Alcance	<ol style="list-style-type: none"> 4. Todos tienen derecho a presentar solicitudes de información. 5. El derecho de acceso se aplica a todo el material en poder o en nombre de las autoridades públicas que se registra en cualquier formato, independientemente de quién lo produjo. 6. Los solicitantes tienen derecho a acceder tanto a la información como a los registros y documentos. 7. El derecho de acceso se aplica a la rama ejecutiva sin cuerpos o clases de información excluidas. Esto incluye ejecutivo y administración incluyendo todos los ministerios, departamentos, gobierno local, escuelas públicas, cuerpos de atención de salud pública, la policía, las fuerzas armadas, servicios de seguridad, etc. 8. El derecho de acceso se aplica a la legislatura, incluida la información administrativa y de otro tipo, sin que se excluyan los cuerpos. 9. El derecho de acceso se aplica a la rama judicial, incluida la información administrativa y de otra índole. 10. El derecho de acceso se aplica a las empresas estatales. 11. El derecho de acceso se aplica a otras autoridades públicas, incluidos los órganos constitucionales, estatutarios y de supervisión. 12. El derecho de acceso se aplica a los organismos privados que realizan una función pública y los organismos privados que reciben una financiación pública importante.
Solicitud de procedimientos	<ol style="list-style-type: none"> 13. Los solicitantes no están obligados a proporcionar los motivos de sus solicitudes. 14. Los solicitantes sólo deben proporcionar los detalles necesarios para identificar y entregar la información. 15. Existen procedimientos claros y relativamente simples para realizar solicitudes. 16. Se requiere que los funcionarios públicos presten asistencia para ayudar a los solicitantes a formular sus solicitudes, o para contactar y ayudar a los solicitantes. 17. Se requiere que los funcionarios públicos proporcionen asistencia a los solicitantes que lo requieran debido a necesidades especiales, por ejemplo, porque son analfabetas o discapacitadas. 18. Los solicitantes reciben un recibo o acuse de recibo al presentar una solicitud dentro de un plazo razonable. 19. Se han establecido procedimientos claros y adecuados para las situaciones en las que la autoridad a la que se dirige una solicitud no cuenta con la información solicitada. 20. Las autoridades públicas están obligadas a cumplir con las preferencias de los solicitantes con respecto a cómo acceden a la información, sujetas sólo a anulaciones claras y limitadas.

Tabla A1 (continuación)

Dimensiones y Variables del Right to Information (RTI)

Dimensión	Variable
Solicitud de procedimientos	<p>21. Las autoridades públicas deben responder a las solicitudes lo antes posible.</p> <p>22. Existen plazos máximos claros y razonables para responder a las solicitudes, independientemente de la manera de satisfacer la solicitud.</p> <p>23. Existen límites claros para las extensiones de línea de tiempo, incluido el requisito de que se notifique a los solicitantes y se proporcionen los motivos de la extensión.</p> <p>24. Es libre de presentar solicitudes.</p> <p>25. Existen reglas claras sobre tarifas de acceso, que se establecen de forma centralizada, en lugar de ser determinadas por las autoridades públicas individuales.</p> <p>26. Hay exenciones de tarifas para solicitantes sin recursos.</p> <p>27. No existen limitaciones o cargos por la reutilización de la información recibida de organismos públicos, excepto cuando un tercero (que no es una autoridad pública) posee un derecho de autor legalmente protegido sobre la información.</p>
Excepciones	<p>28. Los estándares en la Ley de RTI prevalecen sobre las restricciones a la divulgación de información en otras leyes en la medida de cualquier conflicto.</p> <p>29. Las excepciones al derecho de acceso son consistentes con los estándares internacionales.</p> <p>30. Se aplica una prueba de daños a todas las excepciones, de modo que sólo cuando la divulgación presenta un riesgo de daño real a un interés protegido puede ser rechazada.</p> <p>31. Existe una anulación obligatoria de interés público para que la información se divulgue cuando sea de interés público general, incluso si esto puede dañar un interés protegido.</p> <p>32. La información debe divulgarse tan pronto como una excepción deje de aplicarse. La ley contiene una cláusula que establece que las excepciones para proteger los intereses públicos no se aplican a la información que tiene más de 20 años.</p> <p>33. Se han establecido procedimientos claros y apropiados para consultar con terceros que proporcionaron información que es objeto de una solicitud de manera confidencial.</p> <p>34. Existe una cláusula de divisibilidad para que cuando sólo parte de un registro esté cubierta por una excepción, el resto debe ser revelado.</p> <p>35. Al negarse a proporcionar acceso a la información, las autoridades públicas deben indicar los motivos legales y motivos exactos para la denegación.</p>
Apelaciones	<p>36. La ley ofrece una apelación interna que es simple, gratuita y completa dentro de plazos claros.</p> <p>37. Los solicitantes tienen el derecho de presentar una apelación (externa) ante un organismo administrativo de supervisión independiente.</p> <p>38. Los miembros del órgano de supervisión son nombrados de una manera que está protegida contra la interferencia política y tienen la seguridad de la tenencia, por lo que están protegidos contra el despido arbitrario una vez nombrado.</p> <p>39. El organismo de supervisión informa y tiene su presupuesto aprobado por el parlamento u otros mecanismos efectivos para proteger su independencia financiera.</p> <p>40. Existen prohibiciones para personas con fuertes conexiones políticas.</p>

Tabla A1 (continuación)

Dimensiones y Variables del Right to Information (RTI)

Dimensión	Variable
Apelaciones	41. El organismo de supervisión independiente tiene el mandato y el poder necesarios para desempeñar sus funciones, incluso para revisar los documentos clasificados e inspeccionar las instalaciones de los organismos públicos.
	42. Las decisiones del organismo de supervisión independiente son vinculantes.
	43. Al decidir una apelación, el organismo de supervisión independiente tiene la facultad de ordenar los recursos adecuados para el solicitante, incluida la desclasificación de la información.
	44. Los solicitantes tienen el derecho de presentar una apelación judicial.
	45. Las apelaciones ante el organismo de supervisión son gratuitas y no requieren asistencia legal.
	46. Los motivos para apelar ante el organismo de supervisión son amplios.
	47. Se han establecido procedimientos claros, incluidos cronogramas, para tratar las apelaciones externas.
	48. En el proceso de apelación, el gobierno tiene la carga de demostrar que no funcionó incumpliendo las normas.
	49. El organismo de apelación externo tiene el poder de imponer medidas estructurales apropiadas a la autoridad pública.
Sanciones	50. Se pueden imponer sanciones a aquellos que intencionalmente actúen para socavar el derecho a la información, incluso mediante la destrucción no autorizada de información.
	51. Existe un sistema para corregir el problema de las autoridades públicas que sistemáticamente no divulgan la información.
	52. El organismo de supervisión independiente y su personal reciben inmunidad legal por actos realizados de buena fe en el ejercicio o el desempeño de cualquier poder, deber o función bajo la Ley de RTI.
Medidas de promoción	53. Existen protecciones legales contra la imposición de sanciones a quienes, de buena fe, divulguen información que revele irregularidades.
	54. Las autoridades públicas deben nombrar a funcionarios especializados o unidades con la responsabilidad de garantizar que cumplan con sus obligaciones de divulgación de información.
	55. Un organismo central, como una comisión de información o un departamento gubernamental, tiene la responsabilidad general de promover el derecho a la información.
	56. Los esfuerzos de sensibilización pública se cumplen por ley.
	57. Se ha establecido un sistema por el cual se establecen y aplican estándares mínimos con respecto a la administración de registros.
	58. Las autoridades públicas están obligadas a crear y actualizar listas o registros de los documentos en su poder, y hacerlos públicos.
	59. Se requieren programas de capacitación para funcionarios.
	60. Las autoridades públicas deben informar anualmente sobre las medidas que han tomado para implementar sus obligaciones de divulgación. Esto incluye estadísticas sobre solicitudes recibidas y cómo fueron tratadas.
	61. Un organismo central, como una comisión de información o departamento gubernamental, tiene la obligación de presentar un informe consolidado a la legislatura sobre la implementación de la ley.

Nota. RTI = Right to Information. Tomado de “Global right to information rating” por Right to Information (RTI), 2016 (<http://www.rti-rating.org/>).

Tabla A2

Dimensiones y Variables del Estándar Global Extractive Industries Transparency Initiative (EITI)

Dimensión	Descripción de la dimensión	Variables
Supervisión por el grupo de multipartícipes	El EITI requiere la supervisión efectiva por las partes interesadas, lo que incluye la existencia de un grupo de multipartícipes operativo compuesto por el gobierno, por las empresas y por una sociedad civil en participación plena, independiente, activa y efectiva.	1. Compromiso del gobierno. 2. Participación de las empresas. 3. Participación de la sociedad civil. 4. El grupo de multipartícipes. 5. Plan de trabajo.
Marco legal e institucional, incluyendo el otorgamiento de contratos y licencias.	El EITI requiere la divulgación de información sobre las reglas que rigen el gobierno del sector extractivo, lo que permite a las partes interesadas entender las leyes y los procesos para el otorgamiento de los derechos de exploración y de explotación, el marco legal y fiscal.	6. Marco legal y régimen fiscal. 7. Otorgamiento de licencias. 8. Registro de licencias. 9. Contratos. 10. Beneficiarios reales. 11. Participación estatal.
Exploración y producción.	El EITI requiere la divulgación de información sobre la exploración y la producción, lo que permite a las partes interesadas entender el potencial del sector.	12. Exploración. 13. Producción. 14. Exportación.
Recaudación de ingresos.	Entender los pagos de las empresas y los ingresos de los gobiernos puede hacer que el debate público sobre la gerencia de las industrias extractivas sea más informado. El EITI requiere una reconciliación exhaustiva de los pagos de las empresas y de los ingresos del gobierno provenientes de las industrias extractivas	15. Divulgación exhaustiva de los impuestos y de los ingresos. 16. Venta de la porción de la producción que corresponde al Estado u otros ingresos en especie. 17. Acuerdos de provisión de infraestructura y de trueque. 18. Ingresos por transporte. 19. Transacciones relacionadas con las empresas de titularidad estatal. 20. Pagos subnacionales. 21. Grado de desglose. 22. Puntualidad de los datos. 23. Garantías de la calidad de los datos.
Distribución de los ingresos.	El EITI requiere la divulgación de información relacionada con la distribución de los ingresos, lo que permite a las partes interesadas entender cómo los ingresos son registrados en los presupuestos nacionales y, llegado el caso, subnacionales.	24. Distribución de los ingresos de las industrias extractivas. 25. Transferencias subnacionales. 26. Gestión de los ingresos y de los gastos.

Tabla A2 (continuación)

Dimensiones y Variables del Estándar Global Extractive Industries Transparency Initiative (EITI)

Dimensión	Descripción de la dimensión	Variables
Gasto social y económico.	El EITI requiere la divulgación de información relacionada a los gastos sociales y el impacto del sector extractivo en la economía, lo cual ayuda a las partes interesadas a evaluar si el sector extractivo está generando los impactos económicos y sociales deseados.	27. Gastos sociales de las empresas extractivas. 28. Gastos cuasi-fiscales. 29. La contribución del sector extractivo a la economía.
Resultados e impacto.	La divulgación de los datos de la industria extractiva sirve de poco si no existe una conciencia pública y una comprensión sobre el significado de las cifras, así como un debate público sobre el mejor uso que se les puede dar a los ingresos provenientes de los recursos.	30. Debate público. 31. Accesibilidad a la información. 32. Discrepancias y recomendaciones de los informes EITI. 33. Revisión de los impactos y resultados de la implementación del EITI.
Cumplimiento y fechas límite para los países implementadores.	Esta dimensión explica los plazos establecidos por el consejo del EITI para la publicación de los informes EITI, los informes anuales de progreso y la validación.	34. Implementación adaptada. 35. Plazos de presentación de Informes EITI. 36. Plazos de la validación EITI y consecuencias. 37. Plazos para la presentación del informe anual de progreso. 38. Prórrogas. 39. Suspensión. 40. Exclusión. 41. Apelaciones.

Nota. EITI = Extractive Industries Transparency Initiative. Adaptado de “The EITI Standard 2016” por Extractive Industries Transparency Initiative (EITI), 2016 (<https://eiti.org/document/standard>).

Tabla A3

Dimensiones y Variables del Índice de Transparencia (IT) de las páginas web corporativas de las Empresas IBEX 35

Dimensiones	Variables
Información financiera	<ol style="list-style-type: none"> 1. Balance de situación del último ejercicio cerrado. 2. Cuenta de resultados del último ejercicio cerrado. 3. Notas a los estados financieros del último ejercicio cerrado. 4. Estado de flujos de efectivo del último ejercicio cerrado. 5. Informe de auditoría del último ejercicio cerrado. 6. Estados financieros de ejercicios anteriores (al menos dos). 7. Información financiera trimestral del ejercicio en curso. 8. Información financiera segmentada. 9. Evolución de las principales magnitudes y relaciones contables (revisión analítica).
Información bursátil	<ol style="list-style-type: none"> 10. Estado de variación del patrimonio neto. 11. Información sobre dividendos. 12. Bolsas de valores en las que cotizan las acciones. 13. Cauces de comunicación con el accionista. 14. Composición del accionariado (participaciones significativas). 15. Hechos relevantes.
Información corporativa	<ol style="list-style-type: none"> 16. Estatutos Sociales. 17. Reglamento de la Junta General de Accionistas. 18. Reglamento del Consejo de Administración. 19. Documentos y desarrollo de la Junta General de Accionistas. 20. Medios y procedimiento para el ejercicio del voto a distancia. 21. Informe anual de gobierno corporativo.
Otra información	<ol style="list-style-type: none"> 22. Composición del Consejo de Administración. 23. Información medioambiental. 24. Información sobre activos intangibles (capital humano, capital estructural y capital relacional). 25. Información sobre estrategia corporativa. 26. Responsabilidad Social Corporativa.
Estructura y accesibilidad de la página web	<ol style="list-style-type: none"> 27. Apartado específico y fácilmente identificable bajo la denominación información para accionistas e inversores. 28. Accesibilidad a no más de tres <i>clicks</i> de distancia del <i>home page</i>. 29. Mapa web. 30. Lenguaje apropiado y glosario de acrónimos. 31. Datos financieros en formato procesable.

Nota. Adaptado de “Un análisis de la transparencia informativa por medio de las páginas web corporativas” por C. Sanz, J. Aliaga, 2008, *Contaduría Universidad de Antioquia*, 52, 85-104.

Tabla A4

Dimensiones y Variables del e-Gobierno Corporativo y Transparencia Informativa en las Sociedades Cotizadas Españolas

Dimensión	Variables
Información relativa al consejo de administración	<ol style="list-style-type: none"> 1. Miembros del consejo de administración. 2. Estructura del consejo de administración. 3. Reglas de organización y funcionamiento del consejo de administración y de sus comisiones. 4. Las funciones y cargos de cada consejero dentro de la sociedad. 5. Los procedimientos de selección, remoción o reelección 6. Existe un documento que recoge las normas de conducta de los miembros del consejo. 7. Existe una referencia relativa a la responsabilidad del Consejo respecto a la información que la empresa transmite a los mercados. 8. Se explicitan las relaciones entre los consejeros y los accionistas de referencia. 9. Participación en el capital social de los consejeros 10. Se indica qué consejeros tienen poderes ejecutivos y cuales se consideran independientes o miembros de comités de supervisión. 11. Se explicitan las condiciones que determinan la independencia de un consejero. 12. Cualificación profesional de los consejeros independientes.
Información relativa al consejo de administración	<ol style="list-style-type: none"> 13. Hacen público si algún consejero independiente ocupa órganos de dirección en otras sociedades 14. Retribución de los consejeros.
Junta general de accionistas	<ol style="list-style-type: none"> 15. Acuerdos adoptados en la última junta general celebrada. 16. Se divulga información sobre la convocatoria de la junta. 17. Se divulga información sobre el orden del día. 18. Se divulga información sobre el texto de todos los acuerdos que se proponen para su adopción.
Estructura de la propiedad	<ol style="list-style-type: none"> 19. Se detallan los porcentajes de participación en la propiedad de la sociedad de los accionistas significativos. 20. Se informa sobre las operaciones de la sociedad con sus administradores y altos directivos, así como en qué medida dichas transacciones han sido realizadas en condiciones de libre competencia. 21. Se informa sobre todas las transacciones importantes que han ocurrido entre la empresa y los accionistas significativos, así como en qué medida dichas transacciones han sido realizadas en condiciones de libre competencia. 22. Autocartera que tenga la sociedad y sus variaciones significativas.
Otras informaciones relacionadas con el buen gobierno	<ol style="list-style-type: none"> 23. Contenido de los estatutos sociales. 24. Informes trimestrales del ejercicio e informes anuales correspondientes a los dos últimos años, junto con los informes de los auditores externos. 25. La sociedad hace público un documento sobre las estructuras y prácticas de gobierno de la misma (informe anual de gobierno corporativo). 26. La sociedad hace referencia a que criterios de buen gobierno adopta y cuál es su grado de observancia.

Tabla A4 (continuación)

Dimensiones y Variables del e-Gobierno Corporativo y Transparencia Informativa en las Sociedades Cotizadas Españolas

Dimensión	Variables
Otras informaciones relacionadas con el buen gobierno	27. Honorarios de los auditores. 28. Honorarios por servicios accesorios prestados por los auditores y/o sociedades del grupo a las que pertenezca. 29. Información contenida en las presentaciones hechas a los distintos operadores del mercado y a accionistas significativos. 30. Un resumen de los informes emitidos por los principales analistas, bancos de inversión o agencias de calificación, que siguen la sociedad de manera continua. 31. Difunden informes referentes a su política de responsabilidad social corporativa (código deontológico empresarial, política medioambiental y otros compromisos políticos públicos). 32. Si la compañía cotiza en otros mercados, se exponen los resultados y situación financiera derivada de la aplicación de las normas vigentes en dichos mercados.

Nota. Adaptado de “e-Gobierno corporativo y transparencia informativa en las sociedades cotizadas españolas: Un estudio empírico” por J. Gandía, , T. Andrés, 2005, *Comisión Nacional del Mercado de Valores (Monografías No. 8)*, 1-47.

Tabla A5

Dimensiones y Variables del Índice de Transparencia Corporativa (e-ITC) de las Empresas del IBEX 35

Dimensiones	Variables
Información corporativa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sitio web en inglés/castellano 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
Información financiera / Relación con inversores	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informe anual 2. Informes trimestrales 3. Cifras relevantes/Indicadores financieros 4. Registros 5. Servicios e información para los inversores 6. Presentaciones corporativas 7. Información bursátil 8. Eventos relevantes/Noticias 9. Bolsas de valores internacionales en las que cotiza
Gobierno corporativo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Códigos de ética/Regulaciones internas de conducta 2. Políticas de gobierno corporativo 3. Informes de Gobierno corporativo 4. Asamblea de accionistas 5. Composición del consejo de administración 6. Compensación del consejo de administración 7. Comités de apoyo (Auditoría) 8. Comités de apoyo (Gobierno corporativo) 9. Comités de apoyo (Nombramientos y remuneración) 10. Comités de apoyo (Planeación y finanzas) 11. Comités de apoyo (Otros) 12. Equipo directivo 13. Composición accionarial 14. Estatutos sociales 15. Derechos de los accionistas minoritarios 16. Política de distribución de dividendos 17. Ofertas públicas de adquisiciones 18. Factores de riesgo

Nota. Tomado de “Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35” por B. Guadalupe, A. Lázaro, 2013, *Revista de Contabilidad y Dirección*, 16,187-208.

Tabla A6

Variables de la Relación entre la Responsabilidad Social Corporativa y la Reputación Corporativa (transparencia)

Variables	Descripción de la variable
Visibilidad de la acción	<p>A mayor visibilidad de la actividad, mayor es la preocupación de la empresa por demostrar una mayor responsabilidad social y mayor transparencia, que es a la vez proactiva.</p> <p>La conciencia o el conocimiento que tiene la sociedad de la actividad empresarial y la proximidad de la empresa a los consumidores están directamente relacionados con la RSC y la reputación corporativa.</p>
Impacto ambiental de la actividad	<p>La existencia de una estrecha relación entre ciertas actividades económicas y ciertas externalidades sociales o ambientales significativas influye en la reputación y aumenta la presión de diferentes partes interesadas para desarrollar estrategias sociales más activas en áreas relacionadas con las externalidades alineadas con sus expectativas.</p>
Tamaño	<p>El tamaño de una empresa tiene una influencia directa en la visibilidad y la reputación debido a la participación de mercado y el poder en los medios. Existe evidencia empírica sustancial no sólo de su influencia positiva en la importancia de la responsabilidad social sino también de la divulgación de información.</p>
Desempeño financiero	<p>Las empresas con mayor desempeño financiero tienen más recursos para implementar más actividades sociales, lo que se conoce como la hipótesis de los recursos de holgura. En caso de establecer ese desempeño financiero antes de la estrategia social, es concebible que exista una relación directa, ya que un mayor desempeño financiero puede conducir a una mayor inversión en responsabilidad social.</p>
Apalancamiento financiero	<p>El apalancamiento financiero determina que las empresas con mayores niveles de deuda tienen recursos limitados para invertir en acciones sociales, ya que deben mantener los fondos para cumplir con sus obligaciones con terceros. Sin embargo, la deuda externa aumenta las expectativas de los acreedores relacionadas con las actividades sociales.</p>

Nota. Adaptado de “The mediating effect of transparency in the relationship between corporate social responsibility and corporate reputation” por E. Baraibar-Diez, L. Luna, 2018, *Revista brasileira de gestão de negócios*, 20(1), 5-21.

Tabla A7

Dimensiones y Variables para el Cumplimiento de Indicadores

Dimensión	Variable
Órgano de gobierno y ejecutivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Composición del órgano de gobierno accesible y a disposición pública. 2. Cantidad de miembros del órgano de gobierno ostentan cargos en una misma institución (partido político, sindicato, grupo empresarial, congregación religiosa o administración pública) y/o su pertenencia a la misma es reconocida públicamente, se hace pública dicha vinculación. 3. El organigrama y nombres de los principales responsables de la estructura ejecutiva es accesible y está a disposición pública. 4. Los estatutos son accesibles y están a disposición pública. 5. Tablas salariales accesibles y a disposición pública. 6. Identificar nominalmente a las personas que componen el órgano de gobierno.
Misión, visión y valores	<ol style="list-style-type: none"> 7. La misión es accesible y está a disposición pública. 8. La visión es accesible y está a disposición pública. 9. Los valores de la organización son accesibles y están a disposición pública. 10. La información sobre la evolución histórica de la organización es accesible, está a disposición pública y contiene como mínimo año de constitución, motivación, fundadores e hitos. 11. Las recomendaciones éticas del tercer sector de acción social y/o otros códigos de conducta (propios o suscritos) son accesibles y están a disposición pública.
Base social y apoyos	<ol style="list-style-type: none"> 12. Datos cuantitativos de cada uno de los siguientes colectivos (personas físicas o jurídicas) de la base social de la organización, especificando qué se entiende por cada uno de ellos: socios/as, donantes y voluntarios/a y personas beneficiarias. 13. Hay datos cuantitativos de las personas contratadas en la organización. 14. Existe un listado público y accesible sobre las redes o federaciones a las que pertenece la organización. 15. Existe un listado público y accesible de los financiadores públicos y privados que son personas jurídicas. 16. Los canales (como mínimo correo electrónico y teléfono) a través de los cuales las personas voluntarias, beneficiarias, los grupos de interés y la sociedad en general pueden solicitar información y hacer llegar quejas sobre la organización, son accesibles. 17. Existe información pública y accesible sobre la implantación territorial de la organización (sedes). 18. Existe un listado público y accesible de las ayudas públicas y las subvenciones públicas y privadas concedidas en el año analizado, con indicación de su importe, objetivo o finalidad y grupos beneficiarios.

Tabla A7 (continuación)

Dimensiones y Variables para el Cumplimiento de Indicadores

Dimensión	Variable
Planificación y rendición de cuentas	<ol style="list-style-type: none"> 19. La planificación estratégica, como mínimo sus líneas generales, es accesible externamente. 20. La planificación estratégica es accesible internamente. 21. Las cuentas anuales de la organización (balance situación, cuenta de resultados y memoria económica), auditadas en el caso de las organizaciones que deben pasar auditoría externa obligatoriamente, son accesibles al público en general. 22. Se difunde públicamente con carácter anual una memoria social de actividades. 23. Las memorias sociales de los últimos tres años son públicas y accesibles. 24. La información de los últimos tres años es pública y accesible. 25. La organización reporta a la plataforma del tercer sector la distribución del origen y aplicación de los fondos del periodo siguiendo los criterios que establece la plataforma del tercer sector. 26. En la memoria social se facilita, como mínimo, la siguiente información de todos los programas y proyectos: título, comunidad o comunidades autónomas donde se desarrollan, importe ejecutado, colaboraciones, número de personas beneficiarias y número de personas voluntarias. 27. La organización pone a disposición pública el compromiso de comunicación con las personas e instituciones que hagan aportaciones finalistas. Como mínimo dicho compromiso incluirá el proporcionar información sobre la actividad apoyada y los resultados obtenidos con la misma. 28. La organización pone a disposición pública su política de inversiones financieras.

Nota. Adaptado de “Indicadores de transparencia y buen gobierno” por Plataforma de ONG de Acción Social, 2015, (<https://www.plataformaong.org/recursos/137/indicadores-de-transparencia-y-buen-gobierno-version-ong-de-accion-social>)

Tabla A8

Dimensiones y Variables sobre Solidaridad y Transparencia Digital de las Web y Redes Sociales de las ONGs Españolas

Dimensiones	Variables
Organización interna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los estatutos son accesibles y disponibles para el público. 2. Los órganos de gobierno están a disposición del público. 3. Los nombres de los responsables de la estructura ejecutiva son públicos.
Rendición de cuentas	<ol style="list-style-type: none"> 4. Se explica la misión, visión y valores. 5. Tiene un formulario para contactar con la organización. 6. Explica su historia y trayectoria. 7. Hace pública su planificación y objetivos. 8. Indica la implantación territorial de la organización (sedes). 9. Enumera los proyectos y actividades que lleva a cabo. 10. Informa de sus zonas de actuación. 11. Puede descargarse la memoria. 12. Indica la procedencia y destino de sus recursos económicos. 13. Dispone de una auditoría externa.
Socios / donantes / colaboradores	<ol style="list-style-type: none"> 14. Especifica el número de socios. 15. Dispone de un formulario para hacerse socio o donar. 16. Posee un espacio virtual específico para socios, donantes o voluntarios.
Comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 17. Posee un espacio específico para periodistas. 18. Utiliza un sistema de boletín electrónico. 19. Elabora y dispone de forma pública algún tipo de dossier de prensa. 20. Permite la descarga de las notas de prensa. 21. Permite descargar las imágenes o vídeos. 22. El responsable de prensa está identificado. 23. Hace uso de una o varias redes sociales. 24. Actualiza con frecuencia sus perfiles en redes sociales. 25. Dispone de foro o de blog.
Ética y autorregulación	<ol style="list-style-type: none"> 26. Tiene accesible algún código de conducta. 27. Dispone de criterios de colaboración con empresas. 28. Posee algún distintivo o sello de garantía de transparencia.

Nota. Tomado de "Solidaridad y transparencia digital. Webs y redes sociales de las ONG's españolas de acción social" por X. Baamonde, S. García, R. Martínez, 2017, *El Profesional de la información*, 26(3), 438-446.

Tabla A9

Dimensiones y Variables de la Global Reporting Initiative (GRI)

Dimensión	Variable
Información General	Estrategia y análisis. Perfil organizacional. Características de la información divulgada. Gobierno, compromiso y participación de grupos de interés.
Información económica	Presupuesto de Gastos y Presupuesto de ingresos con respecto a la población beneficiada. Ingresos por transferencia de otras administraciones públicas. Gastos brutos y gastos de capital. Riesgos financieros futuros. Supuestos económicos claves: previsión crecimiento PBI, empleo, tasa de desempleo, tipos de interés. Gastos de proveedores locales/ gasto total.
Información Social	Carácter público de la oferta de servicios. Obligaciones de pensiones con los empleados. Convocatoria de subvenciones para asociaciones de vecinos y para ONG's. Indicadores de eficiencia y eficacia.
Información medioambiental	Iniciativas para mitigar impactos ambientales de productos y servicios. Consumo de energía proveniente de fuentes primarias y consumo de energía intermedia. Acciones llevadas a cabo para incrementar ahorro de energía. Información acerca de iniciativas para promocionar productos y servicios eficientes en el consumo de energías renovables. Diversas fuentes de captación de agua y porcentaje de agua reciclada y reutilizada en la comunidad. Información acerca del tipo de gasto e inversiones ambientales.

Nota. Adaptado de “La Divulgación de Información Sobre Responsabilidad Corporativa en Administraciones Públicas: Un Estudio Empírico en Gobiernos Locales” por A. Navarro, F. Alcaraz, D. Ortiz, 2010, *Revista De Contabilidad: Spanish Accounting Review*, Vol 13, Iss 2, pp 285-314 (2010), (2), 285.

Tabla A10

Dimensiones y Variables sobre Transparencia en las Organizaciones desde la Perspectiva de los Colaboradores en Empresas de México

Dimensión	Variable
Diálogo	1. Cuando hay desacuerdos, la empresa / institución dialoga con su personal para llegar a una solución justa.
	2. En situaciones donde los resultados sean ambiguos en la aplicación del código se suele discutir con las partes involucradas para llegar a una decisión justa.
	3. Independientemente del nivel organizacional del colaborador, la empresa/institución suele tener una actitud de diálogo para resolver los conflictos que puedan surgir.
	4. Cuando hay desacuerdos, la empresa/institución dialoga con clientes o proveedores (o ciudadanos) para llegar a una solución justa.
	5. En la empresa/institución se respeta a la persona por su dignidad, independientemente del género, raza, edad, posición económica, nivel intelectual o posición en la organización.
	6. Se tiene una política de puertas abiertas en la empresa/institución, cualquier problema se puede discutir con apertura.
	7. Ante un problema ético en la empresa/institución, se tiene las vías seguras para informar estas faltas a la organización.
Rendición de cuentas	8. La empresa/institución promueve la transparencia y la rendición de cuentas con las entidades externas: clientes, proveedores, gobierno y comunidad.
	9. Los acuerdos a los que llega la empresa/institución, se cumplen.
	10. La empresa/institución se interesa por la sustentabilidad del negocio/institución en las distintas dimensiones (social, ambiental, económica o ciudadana).
Normatividad	11. La empresa/institución cuenta con códigos de ética, normas y políticas claras y estos suelen aplicarse.
	12. Ante situaciones carentes de ética, la gerencia/dirección suele tomar cartas en el asunto aun cuando esta situación les afecte de otras maneras.
	13. El código de ética, las normas y las políticas generales se dan a conocer a todos los colaboradores de la empresa/institución.
	14. El código de ética, normas y políticas se revisan cada cierto período para discutir posibles adecuaciones.
	15. La empresa/institución cumple con sus obligaciones con el gobierno.
	16. Algunos de los empleados pierden demasiado tiempo de oficina en divertirse.
Equidad	17. A familiares y amigos (de quienes toman decisiones en la empresa/institución) se les tiende a dar un trato preferencial en la asignación de contratos como clientes o proveedores.
	18. A familiares y amigos (de quienes toman decisiones en la empresa/institución) se les tiende a dar un trato preferencial en las prestaciones, recursos, ascensos, promociones o condiciones laborales.
	19. Ante situaciones carentes de ética, la gerencia/dirección suele hacerse de la vista «gorda» e ignora el asunto si esta situación incrementa la rentabilidad del negocio (o el capital político).

Tabla A10 (continuación)

Dimensiones y Variables sobre Transparencia en las Organizaciones desde la Perspectiva de los Colaboradores en Empresas de México

Dimensión	Variable
No corrupción interna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dar o recibir regalos indebidos es parte de la manera en la que esta empresa/institución se relaciona con clientes y proveedores (o ciudadanos) al “hacer negocios”. 2. Hacer favores “indebidos” es parte de la forma de operar del personal de esta empresa/institución.
Confidencialidad	<ol style="list-style-type: none"> 3. En las relaciones con clientes y proveedores (o ciudadanos), la empresa/institución mantiene la confidencialidad de la información. 4. Ante las relaciones con el personal, la empresa/institución mantiene la confidencialidad de la información.
Integridad	<ol style="list-style-type: none"> 5. La empresa/institución puede llegar a acuerdos carentes de ética cuando se trata de competir en el mercado (o proteger intereses políticos). 6. A aquellos colaboradores que aceptan mordidas/regalos indebidos/sobornos se le aplican las consecuencias acordes a la falta. 7. Los directivos no son respetuosos en su trato con los colaboradores y abusan de su poder.
Responsabilidad	<ol style="list-style-type: none"> 8. Los compañeros de trabajo se hacen responsables de los errores que cometen sin echarle la culpa a los demás.

Nota. Adaptado de “Transparencia en las organizaciones, una aproximación desde la perspectiva de los colaboradores” por F. Arredondo, J. De la Garza, J. Vázquez, 2014, *Estudios Gerenciales*, Vol 30, Iss 133, Pp 408-418 (2014), (133), 408.

Apéndice B: Índices Transparencia a Nivel Latinoamerica y en el Perú

Tabla B1

Dimensiones del Índice de Transparencia Corporativa en Empresas de Propiedad del Estado (EPE) en América Latina

Dimensión	Descripción de la dimensión
Marco legal	Una estructura de reglas claras, así como una supervisión y rendición de cuentas efectiva puede mejorar la gestión y resultados de las empresas, y particularmente las de propiedad estatal. En consecuencia, es fundamental la separación de la propiedad estatal de otras funciones del estado, como la regulación o la promoción de políticas industriales que puedan generar conflictos de interés por la superposición de roles.
Dueño identificable	La efectiva ejecución del rol de propiedad requiere en primer lugar de la existencia de una instancia identificable, capacitada para ejercer la propiedad de la empresa como lo puede ser, a nivel del gobierno central, un ministerio especializado, una dirección específica de un municipio a nivel de gobierno sub-nacional, un organismo independiente o una entidad coordinadora.
Accionistas minoritarios	En algunos casos, las empresas estatales se han abierto a participaciones conjuntas con el sector privado bien sea para acometer expansiones de capital para llevar a cabo proyectos de inversión para los cuales la EPE carece de los recursos necesarios o como mecanismo para promover la introducción de reformas que mejoren la gestión de la empresa.
Transparencia e información	Uno de los mejores mecanismos para promover la gestión eficiente de las EPE es la revelación de información que permita la evaluación del impacto económico y social de la empresa de forma periódica, creíble y comparable de manera que desviaciones de los objetivos marcados puedan ser corregidos y, en dado caso, sancionados de forma expedita y adecuada.
Funcionamiento del directorio	El directorio debe tener la autoridad e independencia, así como el balance de conocimientos y experiencia que le permita definir de forma autónoma, efectiva y con una visión de largo plazo los lineamientos de políticas planteados por el propietario y sobre los cuales se evaluará la gestión de la gerencia.

Nota. EPE = Empresas propiedad del estado. Adaptado de “La transparencia del gobierno corporativo en las Empresas de Propiedad del Estado en América Latina” por M. Penfold, A. Oneto, G. Rodríguez, 2015, Caracas: CAF. (<http://scioteca.caf.com/handle/123456789/767>)

Tabla B2

Dimensiones y Variables del Índice de Transparencia Corporativa en Empresas Cotizadas Latinoamericanas

Variables	Descripción de la variable
Sistema legal	1. Indicador de gobierno mundial.
Tamaño de consejo	2. Logaritmo natural de número miembros en el consejo.
Independencia del consejo	3. Proporción de consejeros independientes
Estructura de la propiedad	4. Porcentaje de las acciones comunes sostenida por los tres principales accionistas
Comité de auditoría	5. Presencia del comité de auditoría
Participación femenina en el consejo	6. Porcentaje de mujeres en el consejo de administración
Endeudamiento	7. Endeudamiento (deuda a largo plazo / total de activos)
Tamaño de la empresa	8. Logaritmo natural del total de empleados
Rentabilidad	9. Retorno de los activos (EBIT) / valor en libros del total de activos

Nota. EBIT = Earnings Before Interest and Taxes. Tomado de “Factores que inciden en una mayor transparencia de gobernanza corporativa en empresas cotizadas latinoamericanas” por G. Briano, 2014, *Revista Mexicana de Economía y Finanzas. Nueva Época / Mexican Journal of Economics and Finance*, 9(2), 105-124.

Tabla B3

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

Dimensiones	VARIABLES	Descripción de la variable
Recurso	Reconocimiento de derecho	<ol style="list-style-type: none"> 1. Derecho de acceso a la información a los ciudadanos a nivel nacional y constitucional. 2. Reconocimiento a nivel de ley específica. 3. Tipos de sujetos obligados. 4. Normativa distingue mecanismos de TA y de TP. 5. Exigencia de existencia de unidades de enlace.
	Garantía del derecho	<ol style="list-style-type: none"> 6. Existen protocolos establecidos para el cumplimiento del derecho en TA (fecha de actualización, usabilidad, precisión de la información, etc.). 7. Existen protocolos establecidos para el ejercicio del derecho en TP. 8. Existe un tercero independiente al sujeto obligado sobre el cual desarrollar una reclamación. 9. Existen sanciones que emanen del tercero independiente. 10. Existencia de políticas de archivo. 11. Existe una política de datos abiertos que emane del nivel legal. 12. Existe una política de datos abiertos que emane del nivel administrativo.
Proceso	Función (Órgano garante)	<ol style="list-style-type: none"> 13. Existencia de fiscalización en TA. 14. Calidad de la información. 15. Tipo de fiscalización en TA. 16. Existencia de fiscalización en TP. 17. Tipo de fiscalización en TP 18. Programas de capacitación para funcionarios directivos sobre transparencia y derecho a acceso. 19. Programas de capacitación para funcionarios públicos sobre transparencia y derecho a acceso. 20. Programas de capacitación para ciudadanos sobre transparencia y derecho a acceso. 21. Existencia de estrategia comunicacional para posicionar el derecho. 22. Campaña de publicidad en medios de comunicación masiva. 23. Existencia de plataformas tecnológicas para la realización de solicitudes de acceso. 24. Plataformas de acceso están integradas por el órgano garante. 25. Existencia de estadísticas en línea respecto a la plataforma tecnológica. 26. Existencia de reportes de rendición de cuentas de la función de transparencia. 27. Periodicidad de los reportes.

Tabla B3 (continuación)

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

Dimensiones	Variables	Descripción de la variable
Proceso	Sujeto obligado	28. Aumento o disminución de presupuesto para transparencia de año a año. 29. Instalación de enlaces en sujetos obligados.
Resultado	Desempeño institucional	30. Información sobre resultado de la fiscalización TA 31. Resultado fiscalización TP
	Satisfacción de usuario	32. Satisfacción con la información disponible en el portal (TA). 33. Satisfacción referida a la utilidad de la información. 34. Satisfacción con el proceso y resultado de la solicitud. 35. Satisfacción con la atención general en el proceso de reclamo. 36. Satisfacción con la claridad del lenguaje usado al informar sobre la decisión de su reclamo. 37. Satisfacción con la pertinencia de la decisión sobre su reclamo.
	Ciudadanía	38. Conocimiento que existe norma que garantiza el derecho al acceso a la información pública. 39. Uso del derecho. 40. Consulta de información. 41. Solicitud de información específica. 42. Utilidad para el usuario de la transparencia y el acceso a la información.
	Funcionarios	43. Conocimiento de que existe norma que garantiza el derecho al acceso a la información pública. 44. Qué utilidad cree que tiene la transparencia y el acceso a la información.

Nota. TA= Transparencia activa (información oficiosa); TP = Transparencia pasiva (derecho de acceso). Adaptado de "Modelo de medición internacional de transparencia para la red de transparencia y acceso a la información pública (RTA). Red de Transparencia y Acceso a la Información, 2015, (<https://redrta.org/modelo-indicadores-rta/>).

Tabla B4

Dimensiones del Modelo de Índice de Transparencia Corporativa de Chile Realizado por la Consultora Inteligencia de Negocios

Dimensión	Descripción de la dimensión
Presentación y negocios	Considera datos sobre la empresa, sinopsis histórica, sus negocios, fortalezas y cobertura comercial.
Gobierno corporativo	Organización detallada de la compañía, dueños, directorio, alta gerencia y reglas internas.
Información para el inversionista	Todo 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.
Información financiera	Los estándares contables, formatos de entrega supervisiones y periodicidad en la entrega de la información.
RSE y RSA	Incluye todo lo referente a políticas de crecimiento sustentable, tanto en lo social como en lo ambiental.
Misceláneos	Herramientas que facilitan la búsqueda y comprensión de la información.

Nota. RSE = Responsabilidad Social Empresarial; RSA = Responsabilidad Social Ambiental. Tomado de “Índice de Transparencia Corporativa ITC 2010” por Inteligencia de Negocios, 2010, (<http://www.transparenciacorporativa.cl/>).

Tabla B5

Dimensiones del Modelo TRAC-Chile

Dimensión	Descripción de la dimensión
Divulgación de políticas anticorrupción	<p>Esta dimensión es para demostrar que la empresa tiene normas para vigilar la corrupción y un compromiso público contra la misma.</p> <p>Se enfoca en la evaluación de la reportabilidad sobre los programas anticorrupción de cada empresa, las contribuciones políticas, la realización o recepción de regalos y favores, la protección de denunciantes y los compromisos asumidos tanto por la empresa como por miembros de su directorio.</p>
Transparencia organizacional	<p>Esta dimensión tiene por objeto evaluar aquella información que hace referencia a las filiales consolidadas como no consolidadas de cada una de las empresas.</p> <p>La transparencia en esta dimensión, facilita el monitoreo de la integridad de las estructuras financieras de cada una de las empresas, lo que puede dar pie a la revelación de conflictos de interés.</p>
Información por país de operación	<p>La última dimensión busca evaluar la existencia de información específica sobre los países en los que opera cada una de las empresas, como son los ingresos o ventas, gastos de capital, los impuestos pagados en cada país y las contribuciones realizadas a la comunidad.</p> <p>La divulgación de este tipo de información, permite observar a cualquier ciudadano cuáles son los pagos que cada empresa realiza al fisco, el impacto y la influencia que genera la empresa en la economía de su país y si la empresa utiliza los mismos estándares de transparencia en filiales de otros países.</p>

Nota. Adaptado de “TRAC-Chile 2017” por P. López, C. O’Kuinghttons, F. González, J. Martínez, 2017, (<https://www.tracchile.cl/>).

Tabla B6

Dimensiones y Variables del Modelo de Brasil Corporate Governance Index (CGI)

Dimensión	Variables
Divulgación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Políticas y mecanismos para gestionar los conflictos de intereses y/o transacciones con partes relacionadas. 2. La compensación, la separación de las cantidades pagadas a la alta dirección y miembros de la junta, y su variable y componentes fijos. 3. La opinión del auditor no cualificada en los últimos cinco años. 4. El informe anual disponible en el sitio web de relaciones con los inversores. 5. Las presentaciones corporativas disponibles en el sitio web de la empresa. 6. El informe anual con una sección específica dedicada a la gestión empresarial.
Composición de la junta y el funcionamiento	<ol style="list-style-type: none"> 7. La separación entre el CEO y presidente de la Junta. 8. La existencia de comités de la junta. 9. La participación de los directores externos, excluyendo el CEO. 10. Tamaño de junta de entre 5 y 11 miembros. 11. Los términos miembros de junta consecutivos de uno o dos años.
Ética y conflictos de intereses	<ol style="list-style-type: none"> 12. El porcentaje de acciones sin derecho a voto a menos de 20% del capital total. 13. El porcentaje de acciones de voto en poder de los accionistas debe ser igual o menor que sus porcentajes de participación de todas las acciones. 14. La prohibición de los préstamos al accionista o de otras partes relacionadas. 15. Agitando el envío previo de documentación o la adopción del principio de la buena fe para facilitar la participación de los accionistas en las juntas generales.
Derechos de los accionistas	<ol style="list-style-type: none"> 16. Un voto por cada acción o acciones sin derecho a voto en las decisiones de alto impacto, tales como incorporaciones, escisiones y fusiones. 17. Los derechos de oferta obligatoria para los accionistas minoritarios más allá de lo que se requiere legalmente. 18. Ninguna estructura de control indirecto. 19. Acuerdos de accionistas abstención de dirigir o limitar el derecho de voto de cualquier miembro de la junta, o de nombrar a cualquier alto directivo. 20. Flotación libre igual o mayor que 25%, como se requiere por la prima lista segmentos de BM & FBovespa.

Nota. CEO = Director Ejecutivo; BM&Fbovespa = Bolsa de valores de Brasil. Tomado de "One decade of evolution of corporate governance practices in brazil" por R. Leal, A. Carvalhal, A. Iervolino, 2015, *One decade of evolution of corporate governance practices in brazil (uma década de evolução das práticas de governança corporativa no brasil)*. *Revista brasileira de finanças*, 13(1), 134-161.

Tabla B7

Índices de Transparencia en las Entidades Publicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Visibilidad	Divulgación de la información pública	Condiciones institucionales de la información pública	Esquema de publicación de información Índice de información clasificada y reservada Registros de activos de información Existencia de criterios para la apertura de datos	
		Gestión documental y de archivo	Existencia de instrumentos e instancias para la gestión de archivo Programa de gestión documental Función Archivística y manejo documental	
		Disposición de formatos reutilizables en sitio web	Formatos sensibles a open data descargables del sitio web: Plan de adquisiciones y compras 2015 Presupuesto en ejercicio 2015 Plan de Acción vigencia 2015 POAI 2015	
	Divulgación de la gestión administrativa	Información de planeación y gestión en el sitio web	Publicación en sitio web del Plan de Desarrollo Municipal 2012 – 2015. Publicación en sitio web del Informe de Gestión 2015 Publicación en sitio web de histórico de Informes de Gestión Publicidad del seguimiento o reportes a la ejecución al Plan de Desarrollo Publicación del informe de rendición de cuentas 2015 Publicación en sitio web de POAI 2015 Publicación en sitio web del Plan de Acción vigencia 2015	

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Visibilidad	Divulgación de la gestión administrativa	Información de Talento Humano en el sitio web	<p>Publicación en sitio web de información general de funcionarios y contratistas.</p> <p>Publicación en sitio web del directorio de agremiaciones y asociaciones</p> <p>Publicación en el sitio web de información sobre asignaciones salariales</p> <p>Publicación en sitio web de manual de funciones y competencias</p> <p>Publicación en sitio web de tipo de contrato o de vinculación del personal</p> <p>Publicación en sitio web de alguna información sobre evaluación de desempeño</p>	
		Información sobre control interno y externo en el sitio web	<p>Direccionamiento a entidades de control externos en el sitio web</p> <p>Publicación en sitio web de funciones, procesos y/o mecanismos de control al interior de la entidad</p> <p>Publicación en sitio web de Informe de Control Interno de la Entidad (trimestral)</p> <p>Publicación en sitio web de plan de mejoramiento formulado por la Oficina de Control Interno producto del ejercicio de su propia evaluación</p> <p>Publicación en sitio web de planes de mejoramiento de auditorías de los órganos de control</p>	
		Información de estrategias y medidas anticorrupción en el sitio web	<p>Publicación en el sitio web del Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano vigencia 2015</p> <p>Publicación en el sitio web del seguimiento al Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano vigencia 2015</p> <p>Publicación en el sitio web del Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano vigencia 2016</p>	

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Visibilidad	Divulgación de la gestión administrativa	Información de estrategias y medidas anticorrupción en el sitio web	Publicación en sitio el web de una estrategia, política o lineamiento de transparencia	Publicación en sitio web de una estrategia, política o lineamiento de transparencia
			Publicación en sitio web de Código de Ética y/o Buen Gobierno	
			Existencia de un canal de denuncias de hechos de corrupción	
			Publicación en sitio web de instrumentos para la divulgación de información	
Divulgación de la gestión presupuestal y financiera	Información de la gestión presupuestal y contractual en el sitio web	Publicidad información sobre participación ciudadana	Publicación en el sitio web de los actos administrativos de participación ciudadana	Publicación en el sitio web de los actos administrativos de participación ciudadana
			Publicación en el sitio web de la promoción de espacios formales de participación ciudadana	
			Publicación de información de las instancias de participación ciudadana	
			Publicación de información sobre Consejos Territoriales de Planeación (CTP)	
Divulgación de la gestión presupuestal y financiera	Información de la gestión presupuestal y contractual en el sitio web	Coherencia de la información contractual publicada	Publicación en sitio web de la promoción de espacios NO formales de participación ciudadana	Publicación en sitio web de la promoción de espacios NO formales de participación ciudadana
			Publicación del presupuesto	
			Publicación de documentos de planeación contractual	
Divulgación de la gestión presupuestal y financiera	Información de la gestión presupuestal y contractual en el sitio web	Información sobre regalías en el sitio web	Coherencia de los contratos publicados a través de Concurso de Mérito	Coherencia de los contratos publicados a través de Concurso de Mérito
			Coherencia de los contratos publicados a través de Selección Abreviada	
			Coherencia de los contratos publicados a través de Licitación Pública	
Divulgación de la gestión presupuestal y financiera	Información de la gestión presupuestal y contractual en el sitio web	Información sobre regalías en el sitio web	Publicación de información sobre los OCAD en web	Publicación de información sobre los OCAD en web
			Publicación de proyectos aprobados por los OCAD en web	

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Visibilidad	Divulgación de la gestión presupuestal y financiera	Información sobre regalías en el sitio web	Publicación de proyectos radicados en los OCAD en sitio web Enlace y explicación al portal de Mapa Regalías	
	Divulgación de trámites y servicio al ciudadano	Información y disposición sobre trámites	Avance en inscripción de trámites y OPA (Ofertas Públicas de Adquisición) en el SUIT Publicación en sitio web de información sobre trámites Publicación en sitio web de Foros de Discusión de temas de interés o Salas de Discusión (chat) para servicio al ciudadano	
		Información general de servicio al ciudadano	Publicación en sitio web del Informe de PQRS de la entidad Existencia en sitio web de Buzón de PQRS Existencia en sitio web de Seguimiento a PQRS en web Existencia en sitio web de Satisfacción a PQR realizado Existencia en sitio web de encuestas de opinión	
Divulgación de programas sociales	Información disponible sobre bienes y servicios	Información disponible sobre bienes y servicios	Publicación de información general sobre Subsidio de Vivienda en el sitio web Publicación de Información General sobre Plan de Atención Básica en Salud en el sitio web Publicación de información general sobre educación: beneficiarios de cupos escolares y/o beneficiarios de alimentación en el sitio web Publicación de información general sobre Más Familias en Acción en el sitio web Publicación de información general sobre el Programa Adulto Mayor en el sitio web Publicación de información general sobre SISBEN en el sitio web	

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Visibilidad	Divulgación de programas sociales	<p>Información disponible sobre bienes y servicios</p> <p>Información sobre criterios de elegibilidad de los subsidios de bienes y servicios</p>	<p>Publicación de información general sobre Red Unidos en el sitio web</p> <p>Informe de gestión del Enlace Municipal/Alcalde sobre el programa Más Familias en Acción en el sitio web</p> <p>Publicación de recursos destinados a programas sociales del municipio</p> <p>Publicidad (en medios diferentes al sitio web) que hace la entidad para promocionar los programas sociales del municipio como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Radio local - Periódico regional - Perifoneo - Otros medios <p>Publicación de criterios de elegibilidad de subsidio de Vivienda en el sitio web</p> <p>Publicación de criterios de elegibilidad de Plan de Salud en el sitio web</p> <p>Publicación de criterios de elegibilidad para acceder a cupos escolares y cupos de alimentación en el sitio web</p> <p>Publicación de criterios de elegibilidad de Más familias en Acción en el sitio web</p> <p>Publicación de criterios de elegibilidad de Programa Adulto Mayor en el sitio web</p> <p>Publicación de criterios de elegibilidad de SISBEN en el sitio web</p> <p>Publicación de criterios de elegibilidad de Red Unidos en el sitio web</p>	

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Visibilidad	Divulgación de programas sociales	Información sobre listados de beneficiarios	Publicación de listado de beneficiarios del Subsidio de Vivienda en el sitio web Publicación del listado de beneficiarios de Plan de Atención Básica en Salud en el sitio web Publicación de información sobre beneficiarios de cupos escolares y beneficiarios de alimentación en el sitio web Publicación del listado de beneficiarios de Más Familias en Acción en el sitio web Publicación de listado de beneficiarios del programa Adulto Mayor en el sitio web Publicación del listado de beneficiarios del SISBEN en el sitio web Publicación del listado de beneficiarios de Red Unidos en el sitio web	
Institucionalidad	Políticas, medidas y estrategias anticorrupción	Condiciones institucionales de las medidas anticorrupción	Contenido de medidas, estrategias, lineamientos o políticas orientados hacia la lucha contra la corrupción: <ul style="list-style-type: none"> • Mención de información, aspectos generales. (Información relacionada con aspectos generales que involucren la definición de medidas, lineamientos o políticas orientados hacia la lucha contra la corrupción.) • Mención de objetivos y metas • Mención de acciones, alcance o estrategias en temas de lucha anticorrupción. • Mención de responsables (De cada una de las medidas, lineamientos o estrategias hacia la lucha contra la corrupción.) Existencia de una medida, estrategia, lineamientos o políticas para la declaración y trámites de conflictos de interés.	

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Institucionalidad	Políticas, medidas y estrategias anticorrupción	Condiciones institucionales de las medidas anticorrupción	Procedimiento que señale el seguimiento a la declaración de bienes y rentas de los funcionarios de la entidad.	
		Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano 2015	Realizó un diagnóstico para la elaboración del PAAC. Contenido del Diagnóstico y/o Matriz de Riesgos de Corrupción. Coherencia de riesgo identificado en el contenido del Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano. Fuentes consultadas para la formulación del Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano. Medios de publicación del Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano. Socialización del Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano.	
	Comportamiento ético	Contenido mínimo de los lineamientos éticos	Existencia del documento con los lineamientos éticos. El documento menciona explícitamente todos los grupos de interés involucrados en su cumplimiento. El documento menciona que debe ser socializado con todos los actores. El documento establece algún mecanismo de seguimiento al código de ética. El documento establece la existencia de una persona o comité que emita informes sobre el ejercicio de los lineamientos éticos. El documento establece sanciones a quienes entregan información confidencial. El documento señala la existencia de una política antisoborno.	

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Institucionalidad	Comportamiento ético	Contenido mínimo de los lineamientos éticos	El documento señala la existencia de una política antifraude y antipiratería	El documento señala la existencia de una política de integridad
		Instancia de ética	Conformación del comité por niveles de planta de personal:	
			<ul style="list-style-type: none"> • Directivo • Asesor • Profesional • Técnico • Asistencial 	
		Socialización de los lineamientos éticos	Momentos en que se socializaron los lineamientos éticos	Quiénes participaron en la socialización
Gestión de la planeación		Coherencia/consistencia de los documentos de planeación en temas de Víctimas	El informe de empalme contó con información sobre la gestión efectuada en temas de víctimas	El Plan de Acción tiene líneas de acción en temas de víctimas
		Coherencia/consistencia de los documentos de planeación en temas de Programas Sociales	El informe de empalme contó con información sobre la gestión efectuada en programas sociales	El Plan de Acción tiene líneas de acción en temas de programas sociales
		Coherencia/consistencia de los documentos de planeación en temas de anticorrupción	El informe de empalme contó con información sobre la gestión efectuada en temas anticorrupción	El POAI cuenta con programas o proyectos de inversión en temas de programas sociales

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Institucionalidad	Gestión de la planeación	Coherencia/consistencia de los documentos de planeación en temas de anticorrupción	El Plan de Acción tiene líneas de trabajo en temas de corrupción, transparencia, integridad y cultura de la legalidad El POAI cuenta con programas o proyectos de inversión en temas de anticorrupción, transparencia, integridad y cultura de la legalidad	
		Coherencia/consistencia de los documentos de planeación en temas de fortalecimiento institucional	El informe de empalme contó con información sobre la gestión efectuada en temas de fortalecimiento institucional El Plan de Acción tiene líneas de trabajo en temas de fortalecimiento institucional El POAI cuenta con programas o proyectos de inversión en temas de fortalecimiento institucional	
	Gestión de la contratación	Contenidos Mínimos de los lineamientos del proceso contractual	Contenido mínimo de los estudios previos	Mención de un acápite sobre los lineamientos mínimos que se deben tener en la elaboración de la matriz de riesgos Mención de un acápite sobre los lineamientos/condiciones/criterios mínimos para elegir la oferta más favorable
			Contenido de los pliegos de condiciones	Mención de un acápite donde se identifiquen los riesgos asociados al contrato, la forma de mitigarlos y la manera de hacer control y vigilancia

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Institucionalidad	Gestión de la contratación	Contenidos Mínimos de los lineamientos del proceso contractual	Contenido de los pliegos de condiciones	<p>Mención de un acápite donde se señalen los tiempos prudenciales, amplios y suficientes para su etapa pre-contractual (Cronograma).</p> <p>Mención de un acápite donde se establezcan las reglas aplicables a la presentación de ofertas, su evaluación y adjudicación del contrato.</p> <p>Mención de un acápite donde se establezcan las causas para rechazar una oferta y las garantías exigidas para la ejecución del contrato.</p> <p>Requerimientos para la liquidación de contratos</p> <p>Aprobación de la contratación por el Ordenador del Gasto y/o Comité de Contratación</p> <p>Mención de un acápite donde se expresen las garantías exigidas para la ejecución del contrato</p> <p>Mención de un acápite donde se establezcan los requisitos habilitantes.</p>
				
			Requisitos Habilitantes	

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Institucionalidad	Gestión de la contratación	Contenidos Mínimos de los lineamientos del proceso contractual	Cesión de contratos	Mención de un acápite donde se establezca un procedimiento que permita verificar que el cesionario cumple con iguales o mejores condiciones que las acreditadas por el contratista respecto de los requisitos habilitantes y calificantes.
			Requerimientos mínimos para la liquidación de contratos	Certificado de cumplimiento por parte del interventor/supervisor Mención de un acápite donde se establezcan los mecanismos para la liquidación de los contratos (de tracto sucesivo y los demás sujetos de liquidación) dentro del término oportuno.
			Supervisores y políticas de supervisión	Mención de un acápite del deber de la entidad de contar con el control y vigilancia en la ejecución de los contratos a nivel interno.

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Institucionalidad	Gestión de la contratación	Contenidos Mínimos de los lineamientos del proceso contractual	Supervisores y políticas de supervisión	Mención de un acápite sobre los criterios para elegir el supervisor y/o Interventor (concurso de méritos) Mención de un acápite de las competencias en cuanto a la distribución de las cargas de los supervisores Mención de un acápite de las responsabilidades de la oficina de control interno en incorporar sus procesos el seguimiento a la función de los interventores y/o supervisores de los contratos. Mención de un acápite sobre las sanciones, llamados de atención frente al incumplimiento o falla de la gestión del supervisor y/o interventor.
		Planeación contractual	Instancias de planeamiento y seguimiento contractual	Existencia del comité de contratación El comité es interdisciplinario Composición por niveles del comité de contratación Se permite el salvamento del voto
			Inventario de bienes y suministros	La entidad contó y/o elaboró inventario (conteo físico) de bienes y suministros.

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Institucionalidad	Gestión de la contratación	Planeación contractual	Custodia de documentos contractuales	Existencia de un responsable/encargado de administrar los documentos del proceso contractual
		Recurrencia en el uso de las modalidades de contratación directa Interventoría y supervisión a los contratos de obra Proceso Contractual Caso Práctico Licitación Pública	Proporción de la contratación directa en relación con el total de la contratación Licitaciones de obra que tuvieron interventoría Contratos que tuvieron supervisión Pluralidad de oferentes (Número de proponentes que se presentaron a: Licitaciones de obra pública) Convenios solidarios directos Ejecución del presupuesto de gastos durante la vigencia 2015. Etapa Precontractual Pliegos Definitivos Etapa de evaluación Comité asesor Supervisión e Interventoría	
	Gestión del talento humano	Condiciones institucionales para el talento humano	Contenido del documento interno que recopila lineamientos, directrices o metodologías internas del plan estratégico de talento humano	Mención sobre procedimientos de ingreso o vinculación de servidores públicos a la entidad para la vigencia 2016. Mención sobre procedimientos de mérito para la vigencia 2016. Mención sobre procedimientos de Evaluación y seguimiento al desempeño a los servidores públicos a la entidad para la vigencia 2016.

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Institucionalidad	Gestión del talento humano	Condiciones institucionales para el talento humano	Contenido del documento interno que recopila lineamientos, directrices o metodologías internas del plan estratégico de talento humano	Mención sobre procedimientos de incentivos para la vigencia 2016. Disposición de recursos para las capacitaciones Mención sobre áreas de trabajo/temas capacitaciones Mención sobre disposición de horas de las capacitaciones Capacitaciones en transparencia y/o anticorrupción Mención de estrategia de movimiento de personal
		Competencias básicas en el Manual de Funciones	Secretario de Planeación Secretario de Salud o Educación	
		Conformación del talento humano	Brecha: Interna y externa Relación del número de funcionarios provisionales Relación de funcionarios de apoyo Relación de contratistas por servicios personales	
		Evaluación y seguimiento al desempeño	Evaluación al desempeño de los funcionarios de carrera administrativa Seguimiento al desempeño a todos los funcionarios de libre nombramiento y remoción Realización de seguimiento al desempeño se aplicaron a todos los funcionarios provisionales.	

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Institucionalidad	Gestión del talento humano	Capacitaciones	<p>La entidad capacita a sus funcionarios en temas principales de la gestión en diferentes niveles jerárquicos como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratación pública, • Gestión financiera, • Gestión del talento humano, • Gestión administrativa, • Participación ciudadana • Servicio del ciudadano, • Gobierno de la información, • Cultura organizacional y • Lucha contra la corrupción <p>La entidad capacita a los niveles:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Directivo • Asesor • Profesional • Técnico • Asistencial Misional/Apoyo 	
		Mérito	<p>Relación de funcionarios seleccionados por mérito [LNR Nivel directivo]</p> <p>Relación de funcionarios seleccionados por mérito [LNR Nivel asesor]</p>	
		Talento humano supervisores de los contratos	<p>Evaluación de los supervisores de contratos</p> <p>Recibieron capacitaciones en temas de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Normatividad de Contratación pública • Sistema de compras 	

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Institucionalidad	Gestión del talento humano	Talento humano supervisores de los contratos	<ul style="list-style-type: none"> • Control social a la contratación. • Sistemas de información • Riesgos de contratación 	
	Gestión de los programas sociales	Condiciones institucionales para la oferta de programas sociales	<p>Tipo de vinculación de los supervisores (órdenes de prestación de servicios, libre nombramiento y remoción, carrera administrativa, otros)</p> <p>La entidad cuenta con algún tipo de normatividad interna que reglamente los procesos y procedimientos para la entrega de los subsidios a los beneficiarios de los programas sociales de iniciativa local</p> <p>Cómo se le informó a la ciudadanía sobre el proceso de inscripción a los programas sociales</p> <p>La entidad cuenta con un sistema de información interno para la consulta de beneficiarios a los programas sociales</p> <p>Selección a través de un proceso de mérito del enlace municipal</p> <p>Selección a través de un proceso de mérito de los administradores del SISBEN.</p> <p>Administrador del SISBEN</p>	
Control y Sanción	Sistema de PQRS	Condiciones institucionales del sistema de Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias - PQRS-	<p>Existencia de documento interno de lineamientos y directrices de la tramitación interna de las peticiones, quejas y reclamos.</p> <p>Contenido de documento interno de lineamientos y directrices de la tramitación interna de las peticiones, quejas y reclamos.</p> <p>El componente de atención al ciudadano del plan anticorrupción menciona acciones de contenido formal mínimo</p>	

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Control y Sanción	Sistema de PQRS	Condiciones institucionales del sistema de Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias - PQRS-	Existe un manejo específico para las PQRS Contenido del Informe de PQRS Realizó encuestas o seguimientos a la satisfacción general de los usuarios frente a la atención recibida para la vigencia 2015	
		Canales de denuncias e investigación Respuesta a solicitudes de información de la ciudadanía	Existencia de una línea de atención para denunciantes de hechos de corrupción vigencia 2015 Existencia de lineamientos y directrices de protección al reportante para la vigencia 2016 Existencia de lineamientos de custodia de los datos de los reportantes 2016. La entidad respondió el derecho de petición La entidad respondió la petición en los plazos establecidos La entidad respondió lo que se solicitó El formato se encuentra en datos abiertos Posibilidad de recibir retroalimentación y hacer seguimiento al derecho de petición de información.	
	Rendición de cuentas a la ciudadanía	Verificación del sistema de PQRS a través de la línea telefónica	El funcionario que contesta sabe sobre el sistema de quejas y reclamos o sabe direccionar la llamada a la dependencia encargada Telefónicamente se obtiene información sobre cómo poner una queja y un reclamo en persona Posibilidad de interponer una PQRS de manera anónima Existencia de seguimiento a la queja telefónicamente	
		Condiciones institucionales para la Rendición de cuentas a la Ciudadanía	Contenido de la estrategia anual de rendición de cuentas a la ciudadanía.	

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Control y Sanción	Rendición de cuentas a la ciudadanía	Condiciones institucionales para la Rendición de cuentas a la Ciudadanía	Existe un manejo específico para las PQRS	Realizó encuestas o seguimientos a la satisfacción general de los usuarios frente a la atención recibida para la vigencia 2015
		Canales de denuncias e investigación	Contenido del Informe de PQRS	
		Respuesta a solicitudes de información de la ciudadanía	Existencia de una línea de atención para denunciante de hechos de corrupción vigencia 2015	Existencia de lineamientos y directrices de protección al reportante para la vigencia 2016
		Verificación del sistema de PQRS a través de la línea telefónica	Existencia de lineamientos de custodia de los datos de los reportantes 2016.	La entidad respondió el derecho de petición
			La entidad respondió la petición en los plazos establecidos	La entidad respondió lo que se solicitó
			El formato se encuentra en datos abiertos	Posibilidad de recibir retroalimentación y hacer seguimiento al derecho de petición de información.
			Posibilidad de recibir retroalimentación y hacer seguimiento al derecho de petición de información.	El funcionario que contesta sabe sobre el sistema de quejas y reclamos o sabe direccionar la llamada a la dependencia encargada
			Telefónicamente se obtiene información sobre cómo poner una queja y un reclamo en persona	Posibilidad de interponer una PQRS de manera anónima
			Posibilidad de interponer una PQRS de manera anónima	Existencia de seguimiento a la queja telefónicamente
	Rendición de cuentas a la ciudadanía	Condiciones institucionales para la Rendición de cuentas a la Ciudadanía	Existencia de seguimiento a la queja telefónicamente	Contenido de la estrategia anual de rendición de cuentas a la ciudadanía.

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Control y Sanción	Rendición de cuentas a la ciudadanía	Condiciones institucionales para la Rendición de cuentas a la Ciudadanía	Existe un manejo específico para las PQRS	Realizó encuestas o seguimientos a la satisfacción general de los usuarios frente a la atención recibida para la vigencia 2015
		Canales de denuncias e investigación	Contenido del Informe de PQRS	
		Respuesta a solicitudes de información de la ciudadanía	Existencia de una línea de atención para denunciante de hechos de corrupción vigencia 2015	Existencia de lineamientos y directrices de protección al reportante para la vigencia 2016
		Verificación del sistema de PQRS a través de la línea telefónica	Existencia de lineamientos de custodia de los datos de los reportantes 2016.	La entidad respondió el derecho de petición
			La entidad respondió la petición en los plazos establecidos	La entidad respondió lo que se solicitó
			El formato se encuentra en datos abiertos	Posibilidad de recibir retroalimentación y hacer seguimiento al derecho de petición de información.
			Posibilidad de recibir retroalimentación y hacer seguimiento al derecho de petición de información.	El funcionario que contesta sabe sobre el sistema de quejas y reclamos o sabe direccionar la llamada a la dependencia encargada
			Telefónicamente se obtiene información sobre cómo poner una queja y un reclamo en persona	Posibilidad de interponer una PQRS de manera anónima
			Posibilidad de interponer una PQRS de manera anónima	Existencia de seguimiento a la queja telefónicamente
	Rendición de cuentas a la ciudadanía	Condiciones institucionales para la Rendición de cuentas a la Ciudadanía	Existencia de seguimiento a la queja telefónicamente	Contenido de la estrategia anual de rendición de cuentas a la ciudadanía.

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Control y Sanción	Rendición de cuentas a la ciudadanía	Condiciones institucionales para la Rendición de cuentas a la Ciudadanía	Dependencia o equipo responsable encargado de la implementación de la estrategia de rendición de cuentas a la ciudadanía. Mecanismos de seguimiento de la estrategia de rendición de cuentas a la ciudadanía. Evaluación de la estrategia de rendición de cuentas.	
		Informe de Gestión	Contenido del Informe de Gestión de la Entidad para la vigencia 2015. Medios de publicidad del Informe de gestión.	
		Audiencia Pública de Rendición de Cuentas a la Ciudadanía	Realización de consultas previas. Actores consultados sobre los temas a tratar en la audiencia pública de rendición de cuentas. Actores convocados a la audiencia pública de rendición de cuentas a la ciudadanía. Temas tratados en la Audiencia pública de rendición de cuentas a la ciudadanía. Acciones de diálogo durante la audiencia pública de rendición de cuentas a la ciudadanía/grupos de interés. Evaluación de la audiencia pública de rendición de cuentas a la ciudadanía.	
		Segundo espacio de Rendición de Cuentas	Espacios de rendición presenciales donde realizaron ejercicios de rendición de cuentas de la gestión 2015 de la entidad. Temas tratados en este espacio. Espacios de diálogo con la ciudadanía durante el mecanismo de rendición de cuentas a la ciudadanía. Evaluación del mecanismo de rendición de cuentas a la ciudadanía.	

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Control y Sanción	Participación y control social	Condiciones institucionales para la participación ciudadana	Existencia de lineamientos de políticas de participación ciudadana. Porcentaje de recursos ejecutados para la participación en relación al total del presupuesto. Existencia de una oficina encargada / funcionario responsable que promueva la participación ciudadana. Promoción de incentivos para la participación ciudadana. Herramientas de planeación en cuya formulación se involucró a la ciudadanía. Espacios no formales de diálogo. Organizaciones de sociedad civil participaron en la formulación y ajuste de los planes y con cuales hicieron consulta previa.	
		Promoción de espacios de diálogo y concertación con la ciudadanía	Anexos de Contratación pública Anexos de Talento Humano Anexos Anticorrupción Anexos de entrega de información sobre programas sociales.	
	Control Institucional	Disposición de información a Transparencia por Colombia	Entrega oportuna de información. Reportes de control sobre ejecución de regalías.	
		Reportes de información a instancias de regulación y control	Pagos por sentencias y conciliaciones en controversias contractuales. Sanciones en regalías. Número de sanciones disciplinarias a funcionarios del nivel directivo y no directivo.	
		Sanciones disciplinarias y fiscales		

Tabla B7 (continuación)

Índices de Transparencia en las Entidades Públicas (ITEP) en Colombia

Factores	Indicadores	Subindicadores	Variable	Descripción
Control y Sanción	Control Institucional	Control institucional a los programas sociales	Hallazgos por parte de las contralorías territoriales en la mala utilización de los recursos destinados a los programas sociales. Sistema de información interno para la consulta de beneficiarios de los programas sociales que tiene el municipio.	
	Control Interno de Gestión y Disciplinario	Control interno disciplinario	Acciones preventivas. Ejercicio de la función disciplinaria. Prescripciones.	
		Control Interno de Gestión	Existencia de un documento interno que recopile lineamientos/directrices o metodologías internas de la gestión del control interno de la entidad. Selección del jefe de control interno. La entidad realizó planes de mejoramiento frente a los hallazgos encontrados por la auditoría realizada por las contralorías (control Externo) La Oficina de Control Interno de Gestión realiza seguimiento a su proceso de gestión. En el proceso de seguimiento, se emiten alertas. Seguimiento a los planes de mejoramiento de las alertas emitidas por la oficina de control interno de gestión (control Interno) Contenido del informe pormenorizado de control Interno. Coherencia en las funciones y competencias del Jefe de Control Interno Gestión/Disciplinario.	

Nota. POAI = Plan Operativo Anual de Inversiones; OCAD = Órgano Colegiado Administrativo Decisorio; SUIT = Sistema Único de Información de Tramites; PQRS = Peticiones, quejas, reclamos y sugerencias; SISBEN = Sistema de selección de beneficiarios. Adaptado de “Documento Metodológico Índice de Transparencia Municipal 2015 – 2016” por Corporación Transparencia por Colombia, 2015, (<http://transparenciacolombia.org.co/indice-de-transparencia-municipal-2015-2016/>)

Tabla B8

Dimensiones y Variables en el Cumplimiento de los Portales de Transparencia en Sector Energético Peruano

Dimensión	Descripción de la dimensión	Unidad de medida
Datos generales	Directorio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nombres completos de los funcionarios principales. 2. Cargos de los funcionarios de la institución. 3. Teléfonos y anexos. 4. Correos electrónicos.
	Disposiciones emitidas	<ol style="list-style-type: none"> 5. Normas emitidas por la entidad a partir del 2009.
	Marco legal	<ol style="list-style-type: none"> 6. Norma de la creación de la entidad 7. Ley N° 27806 – Ley de transparencia y acceso a la información pública.
Planeamiento y organización	Instrumentos de gestión	<ol style="list-style-type: none"> 8. Reglamento de organización de funciones. 9. Organigrama y sus dependencias si fuese el caso. 10. Manual de organización y funciones. 11. Manual de clasificación de cargos. 12. Cuadro de asignación de personal. 13. Manual de procedimientos administrativos. 14. Texto único de procedimientos administrativos 15. Indicadores de desempeño.
	Planes y política	<ol style="list-style-type: none"> 16. Políticas nacionales sectoriales. 17. Plan estratégico sectorial multianual. 18. Plan estratégico institucional. 19. Plan operativo institucional.
Información financiera y presupuestal	Información presupuestal de la institución	<ol style="list-style-type: none"> 20. Ingresos. 21. Gastos.
Proyectos de inversión pública	Proyectos de inversión	<ol style="list-style-type: none"> 22. Presupuesto total del proyecto. 23. Presupuesto del periodo correspondiente. 24. Nivel de ejecución. 25. Presupuesto acumulado.
Participación ciudadana	(sólo aplicable a gobiernos regionales y MINCU)	<ol style="list-style-type: none"> 26. Presupuesto participativo. 27. Resumen ejecutivo de audiencias públicas. 28. Consejo de coordinación regional o local.

Tabla B8 (continuación)

*Dimensiones y Variables en el Cumplimiento de los Portales de Transparencia en Sector**Energético Peruano*

Dimensión	Descripción de la dimensión	Unidad de medida
Información personal	Información personal	29. Personal activo de la institución.
		30. Número de funcionarios.
		31. Directivos.
		32. Profesionales.
		33. Técnicos auxiliares.
		34. Rango salarial por categoría.
		35. Beneficios de los altos funcionarios y personal en general.
		36. Bonificaciones y otros conceptos remunerativos.
Contratación de bienes y servicios	Procesos de selección para la adquisición de bienes y servicios	37. Total de gasto de remuneración.
		38. Cesantes.
		39. Montos comprometidos.
		40. Proveedores.
		41. Calidad de lo adquirido.
		42. Procesos de selección para la contratación de bienes, servicios y obras.
		43. Exoneraciones aprobadas.
		44. Penalidades aplicadas.
		45. Ordenes de servicio.
		46. Gastos de viáticos y pasajes.
		47. Gastos de telefonía.
Actividades oficiales	Agendas públicas de funcionarios	48. Uso de vehículos.
		49. Gastos por publicidad.
		50. Montos contratados.
		51. Costo final.
		52. Agenda oficial de alta dirección.
		53. Agenda ministerial.
Registro de visitas en línea	Registro de visitas	54. Número de visitas.
		55. Hora de ingreso.
		56. Datos de visitante.
		57. Motivos de la visita.
		58. Nombre del empleado, público visitado, cargo y oficina en la que labora.
		59. Hora de salida.
Información adicional	Información adicional pertinente	60. Comunicados.
		61. Declaraciones juradas.
		62. Formato de solicitud de acceso a la información.

Nota. Adaptado de “Transparencia en el sector energético – Diagnostico 2013” por A. Gamboa, 2013, Lima, Perú: Realidades.

Tabla B9

Dimensiones y Variables en el Acceso de la Información Pública

Dimensión	Descripción de la dimensión	Unidad de medida
Planificación y capacidad de gestión de los procesos de acceso a la información pública	Existencia de una política institucional de transparencia	1. Contar con una política institucional de acceso a la transparencia.
	Implementación de mecanismos de acceso a la información	2. Contar con un mecanismo de solicitud de información vía portal web.
		3. Contar con un mecanismo de información u orientación ante solicitud de información no publicada.
		4. Se cuenta con mecanismos de atención para pueblos indígenas.
	Implementación de un sistema de seguimiento y monitoreo de las solicitudes de acceso a la información	5. Información requerida ante solicitudes de acceso a la información presenciales y virtuales.
		6. Número de solicitudes de información contestadas, no contestadas, dentro y fuera de plazo, sean presenciales, electrónicas o realizadas vía web.
		7. Sistema de seguimiento y monitoreo de las solicitudes de información vía ventanilla y correo electrónico.
		8. Se cuenta con un sistema de seguridad informática en el manejo de información pública.
		9. Se cuenta con recursos de impugnación o procesos judiciales por falta de respuesta.
	Personal y capacitación al personal de transparencia y acceso a la información	10. Se cuenta con funcionarios responsables de entregar información de acceso público.
		11. Se cuenta con mecanismos de capacitación e incentivos al personal responsable de la transparencia e información pública.
	Partida presupuestal	12. Se indica el presupuesto anual para el sistema de transparencia y acceso a la información.

Tabla B9 (continuación)

Dimensiones y Variables en el Acceso de la Información Pública

Dimensión	Descripción de la dimensión	Unidad de medida
Evaluación del servicio y atención al ciudadano en procesos de acceso a la información pública	Implementación de un sistema de evaluación de la política institucional de transparencia	13. Nivel de percepción de transparencia de la entidad. 14. Calificación general del servicio de transparencia y acceso a la información pública.
	Implementación de un monitoreo del funcionamiento de los mecanismos de acceso a la información	15. Vía por la que se solicita la información (web, publicaciones, otros). 16. Calificación de los mecanismos de atención alternativos a los pueblos indígenas.
Evaluación del sistema de seguimiento y monitoreo de la solicitud de acceso a la información pública	Evaluación del sistema de seguimiento y monitoreo de la solicitud de acceso a la información pública	17. Evaluar el tiempo estimado de respuesta ante la solicitud de acceso a la información pública.
		18. Se tiene un mecanismo para mejorar la atención de los pedidos de acceso a la información.
		19. Consejo de coordinación regional o local.
Continuidad en la capacitación al personal de transparencia	Partida presupuestal	20. Se evalúa continuamente al personal de capacitación. 21. Se evalúa el presupuesto y se analiza si es suficiente.

Nota. Adaptado de “Transparencia en el sector energético – Diagnostico 2013” por A. Gamboa, 2013, Lima, Perú: Realidades.

Apéndice C: Valoración de las Variables del Modelo de Índice de Transparencia

Tabla C1

Valoraciones de las Variables en el Modelo de Índice de Transparencia para el Sector de Distribución de Energía – Primer Bloque

Dimensión	Variables	Empresas distribuidoras de energía eléctrica											
		Luz del Sur	Enel Perú	Hidrandina	ENOSA	Electro Centro	SEAL	Electro Sur Este	Electro Norte	Electro Dunas	Electro Oriente	Electro Ucayali	Electro Sur
Información financiera	Estados financieros	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1
Información corporativa	Misión, visión y valores	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Página web	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Noticias y eventos corporativos	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1
Comunicación y Divulgación	Área de comunicaciones	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
	Redes sociales	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ética, Integridad y Rendición de Cuentas	Sanciones	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
	Compliance and integrity	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Ética y conflictos de Intereses	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Contratación de bienes y servicios	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
Responsabilidad Social y Medio Ambiental	Impacto de sus actividades en el medio ambiente	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Uso de recursos hídricos y energéticos	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0
	Responsabilidad social	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Inversión en responsabilidad social	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	11	0

Tabla C1 (continuación)

Valoraciones de las Variables en el Modelo de Índice de Transparencia para el Sector de Distribución de Energía – Primer Bloque

		Empresas distribuidoras de energía eléctrica											
Dimensión	Variables	Luz del Sur	Enel distribución Perú	Hidrandina	ENOSA	Electro Centro	SEAL	Electro Sur Este	Electro Norte	Electro Dunas	Electro Oriente	Electro Ucayali	Electro Sur
		Gobernanza	Estructura organizacional	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1
Corporativa	Órgano de contraloría	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
	Documentos Estatutarios	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0
	Políticas, normas y reglamentos internos.	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0

Nota. ENOSA = Electro Noroeste S.A.; SEAL = Sociedad eléctrica del sur oeste S.A.

Tabla C2

Valoraciones de las Variables en el Modelo de Índice de Transparencia para el Sector de Distribución de Energía – Segundo Bloque

Dimensión	Variables	Empresas distribuidoras de energía eléctrica									
		Coelvisac	Electro Puno	Adinelsa	Electro Tocache	EMSEU	SERSA	EPASA	ESEMPAT	EDELSA	EMSEMSA
Información financiera	Estados financieros	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0
Información corporativa	Misión, visión y valores	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0
	Página web	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1
	Noticias y eventos corporativos	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1
Comunicación y Divulgación	Área de comunicaciones	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
	Redes sociales	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0
Ética, Integridad y Rendición de Cuentas	Sanciones	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
	Compliance and integrity	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Ética y conflictos de Intereses	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
	Contratación de bienes y servicios	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
Responsabilidad Social y Medio Ambiental	Impacto de sus actividades en el medio ambiente	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Uso de recursos hídricos y energéticos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Responsabilidad social	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
	Inversión en responsabilidad social	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0

Tabla C2 (continuación)

Valoración de las Variables en el Modelo de Índice de Transparencia para el Sector de Distribución de Energía – Segundo Bloque

Dimensión	Variables	Empresas distribuidoras de energía eléctrica										
		Coelvisac	Electro			Electro						
			Puno	Adinelsa	Tocache	EMSEU	SERSA	EPASA	ESEMPAT	EDELSA	EMSEMSA	
Gobernanza	Estructura organizacional	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	
Corporativa	Órgano de contraloría	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	
	Documentos Estatutarios	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	
	Políticas, normas y reglamentos internos.	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	

Nota. EMSEU = Empresa municipal de servicios eléctricos de Utcubamba S.A.C.; SERSA = Servicios eléctricos Rioja S.A.; EPASA = Electropangoa S.A.; ESEMPAT = Empresa de servicios eléctricos municipal de Pativilca S.A.C.; EDELSA = Empresa distribuidora y comercializadora de electricidad San Ramón de Pangoa S.A.; EMSEMSA = Empresa de servicios eléctricos municipales de Paramonga S.A.

Apéndice D: Informe de Conformidad para Sustentación

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

1.- Nancy Alosilla Cruzado	Código 20089399	Prog. MBAG 111
2.- Christian Infante Espinoza	Código 20169461	Prog. MBAG 111
3.- Manuel Narvarte Castro	Código 19987166	Prog. MBAG 111
4.- Juan Carlos Zubieta Aliaga	Código 20169450	Prog. MBAG 111

Quienes han elaborado el trabajo de tesis denominado Transparencia Corporativa en el Sector Distribución de Energía para obtener el grado de Magister otorgado por la Pontificia Universidad Católica del Perú, manifiesta que ha asesorado, revisado y calificado el Trabajo de Investigación Final-Tesis, encontrándolo:

APTO y reúne los aspectos de:

gramática y redacción

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

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

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

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

Santiago de Surco, / /

Nombre y Firma del Asesor

Apéndice E: Declaración de Autenticidad y No Plagio

Por el presente documento, los alumnos de maestría:

1.- Nancy Alosilla Cruzado	Código 20089399	Prog. MBAG 111
2.- Christian Infante Espinoza	Código 20169461	Prog. MBAG 111
3.- Manuel Narvarte Castro	Código 19987166	Prog. MBAG 111
4.- Juan Carlos Zubieta Aliaga	Código 20169450	Prog. MBAG 111

Quienes hemos elaborado el Trabajo de Investigación Final-Tesis denominado Transparencia Corporativa en el Sector Distribución de Energía para optar el grado de Magíster en Administración de Negocios otorgado por la Pontificia Universidad Católica del Perú, declaramos que el presente Trabajo de Investigación Final-Tesis ha sido íntegramente elaborado por nosotros y que no existe plagio de ninguna naturaleza, en especial copia de otro Trabajo de Investigación Final-Tesis o similar presentado por cualquier persona ante cualquier instituto educativo.

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

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

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

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