

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



CENTRUM PUCP
GRADUATE BUSINESS SCHOOL

Transparencia Corporativa en las Universidades Privadas del Perú

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER EN
ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS
OTORGADO POR LA
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**

PRESENTADA POR:

Wilberth Juan Mamani Bravo

Adriana Dínely Medina Cárdenas

José Eduardo Sáenz Rodríguez

Christian Nevardo Valencia Bellido

Asesor: Luis Alfonso Del Carpio Castro

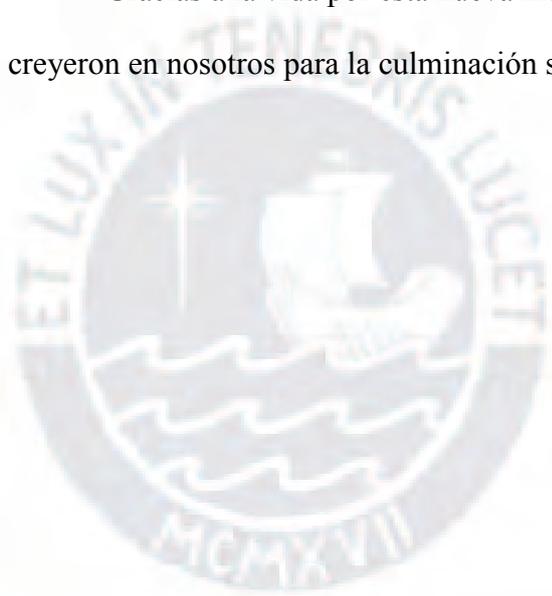
Surco, febrero de 2019

Agradecimientos

Principalmente gracias a Dios, por ser nuestro inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de nuestros anhelos más deseados.

Nuestro agradecimiento a CENTRUM PUCP y a nuestros docentes como parte fundamental en nuestro proceso integral de formación que deja como producto terminado este grupo de graduados

Gracias a la vida por esta nueva meta y a todas las personas que nos apoyaron y creyeron en nosotros para la culminación satisfactoria de nuestro MBA



Dedicatorias

A mis padres Percy y Dorita, por su incansable apoyo en cada etapa de mi vida, a Susy mi esposa por estar siempre presente para la conclusión de este objetivo, A mis hijos Imanol y Valentina por sus alientos y esperanzas. Chepita también va para ti

Wilberth Mamani

A Dios, a mis padres por su apoyo y comprensión: Frenny, María y Lucho. Mis hermanos Almendra y Marco. A Diego, por su motivación.

Adriana Medina

Dedico esta tesis a mi amada familia, que desde el inicio me apoyaron incondicionalmente y representan mi razón de ser y luchar día a día para ser una mejor persona.

José Sáenz

A mis padres Nevardo y Lupe en reconocimiento de su esfuerzo en brindarme educación, valores y virtudes, a mi hermana Alejandra por su amor incondicional y a mis jefes que fueron mentores en mi camino profesional

Christian Valencia

Resumen Ejecutivo

El objetivo de esta investigación es adaptar un instrumento con el cual se mida la transparencia corporativa en las Universidades Privadas del Perú. Se realizó una revisión de la literatura acerca de transparencia y se obtuvo que algunos organismos tienen la preocupación o iniciativa por el desarrollo, puesta en marcha y seguimiento de indicadores que conlleven a las organizaciones a tener una mejor transparencia corporativa. Para ello se consideraron algunos modelos internacionales, que según su naturaleza de investigación brindaron un referente respecto a la construcción del modelo de medición de transparencia corporativa. Para la validación del modelo se empleó el método de juicio de expertos, en el cual experimentados profesionales del sector educación aportaron con la identificación de indicadores (variables independientes) agrupadas en pilares (variables dependientes), para luego proceder a asignar pesos ponderados de transparencia.

Para la adaptación del modelo, se tomaron como referencia dos documentos legales previos a este estudio, los cuales son: la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Ley N° 27806, 2002) y Ley Universitaria (Ley N°30220, Art N° 11, 2017) que, al ser requerimientos legales, el cumplimiento de publicación exigible no entró en debate, no obstante, se identificaron variables de publicación voluntarias, que no son exigibles en las leyes citadas. Una vez concluido el modelo se procedió a medir 76 universidades, de un universo de 95 para identificar y clasificar de acuerdo al índice de transparencia corporativa, encontrando fortalezas y oportunidades de mejora en las universidades privadas y obteniendo incluso distintos resultados que presentan las universidades de acuerdo a su estado de licenciamiento (licenciadas y no licenciadas), como por su régimen (asociativas y societarias), y siendo recomendable continuar la aplicación del modelo periódicamente para propiciar mayor competitividad y transparencia en las universidades.

Abstract

The objective of this research is the adaptation of an instrument with the same as the merit of corporate transparency in Private Universities of Peru. A review of the literature about transparency was carried out and a relationship between literature and work was obtained. For this, some international models are considered according to the nature of the research provided as a reference in the construction of the corporate transparency measurement model. For the validation of the model, the expert judgment method was used, in which experienced professionals from the education sector contributed with the identification of the indicators grouped in pillars (dependent variables), and then proceed to assign weighted weights of transparency.

For the adaptation of the model, we took as reference two legal documents prior to this study, which are: the Law of Transparency and Access to Public Information (Law No. 27806, 2002) and University Law (Law No. 30220, Art No. 11, 2017), that being legal requirements, compliance with the required publication did not enter into debate, however, voluntary publication variables were identified, which are not required by the aforementioned laws. Once the model was completed, 76 universities were measured, from a universe of 95 to identify and classify according to the corporate transparency index, finding strengths and opportunities for improvement in private universities and obtaining even different results presented by the universities in accordance to its licensing status (licensed and unlicensed), as per its regime (associative and corporate), and it is advisable to continue applying the model periodically to promote greater competitiveness and transparency in universities.

Tabla de Contenido

Lista de Tablas	vii
Lista de Figuras.....	viii
Capítulo I: Introducción	10
1.1. Antecedentes de la Investigación.....	10
1.2. Definición del Problema	13
1.3. Propósito de la Investigación	14
1.3.1. Objetivo General	14
1.3.2. Objetivos Específicos	14
1.3.3. Preguntas de la Investigación	14
1.4. Naturaleza de la Investigación	15
1.5. Marco Teórico.....	15
1.6. Definiciones Operacionales	16
1.7. Supuestos de la Investigación	18
1.8. Limitaciones de la Investigación.....	18
1.9. Delimitaciones de la Investigación	19
1.10. Resumen.....	19
Capítulo II: Revisión de la Literatura	20
2.1. En el Perú y Latinoamérica.....	20
2.2. En el Mundo.....	24
2.3. Iniciativas y modelos para medir la Transparencia Corporativa.....	27
2.3.1. Modelo de Patel, Balic & Bwakira	28
2.3.2. Modelo de Inteligencia de Negocios	29
2.3.3. Modelo Extractive Sector Transparency Measures Act	32
2.3.4. Modelo Guide on Resource Revenue Transparency	33

2.3.5. Modelo Ganescu & Gangone	34
2.3.6. Modelo Informe de Transparencia Voluntaria en la web de las Universidades Españolas	38
2.4. Resumen.....	41
Capítulo III: Metodología	43
3.1. Diseño de la Investigación	43
3.2. Conveniencia del Diseño.....	44
3.3. Población y Muestra.....	45
3.4. Consentimiento Informado.....	46
3.5. Instrumento de Investigación	46
3.6. Recolección de Datos.....	46
3.7. Análisis de Datos.....	47
3.8. Validez y Confiabilidad	47
3.8.1. Desarrollo de Juicio de Expertos	47
3.8.2. Validación del Instrumento	48
3.9. Resumen.....	54
Capítulo IV: Presentación de Resultados	55
4.1. Presentación de Resultados	55
4.1.1. Nivel de transparencia corporativa en las universidades privadas en el Perú	57
4.1.2. Resultados de los indicadores de medición y grado de importancia mostrados en los portales web de las Universidades Privadas del Perú.....	58
4.1.3. Transparencia corporativa en las Universidades Privadas del Perú según su licenciamiento y régimen.	68
4.2. Resumen.....	71
Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones.....	72

5.1. Conclusiones	72
5.2. Recomendaciones.....	74
5.3. Contribuciones sobre las Variables de Investigación.....	75
5.4. Propuestas para Futuras Investigaciones.....	75
5.5. Resumen.....	76
Referencias.....	78
Apéndices.....	85
Apéndice A: Listado y Estado de Licenciamiento de las Universidades Privadas del Perú (al 31 de octubre de 2018).....	85
Apéndice B: Carta de Presentación.....	88
Apéndice C: Encuesta de Ponderación	89
Apéndice D: Consentimiento Informado	92
Apéndice E: Tablas de Resultados.....	93
Apéndice F: Tablas de Indicadores Cumplidos por las Universidades.....	95

Lista de Tablas

Tabla 1	<i>Modelo de Transparencia Corporativa de Inteligencia de Negocios</i>	30
Tabla 2	<i>Tabla de países evaluados y su respectiva abreviatura</i>	36
Tabla 3	<i>Distribución de Variables e indicadores por cada Dimensión según el GRI</i>	37
Tabla 4	<i>Indicadores de Información</i>	40
Tabla 5	<i>Cantidad de Universidades Privadas del Perú según régimen</i>	45
Tabla 6	<i>Método de Validación de Juicio Expertos</i>	49
Tabla 7	<i>Modelo de Medición de Índice de Transparencia en Educación Superior Privadas</i>	50
Tabla 8	<i>Ponderación del Índice de Transparencia Corporativa en las Universidades Peruanas Según Pilares</i>	56
Tabla 9	<i>Ranking Índice de Transparencia Corporativa en las Universidades Peruanas</i> ..	57
Tabla 10	<i>Universidades Peruanas con Menor Índice de Transparencia Corporativa</i>	58
Tabla 11	<i>Resultados en el Pilar Gobierno Corporativo</i>	61
Tabla 12	<i>Resultados en el Pilar Información al postulante y estudiante</i>	62
Tabla 13	<i>Resultados en el Pilar Plana docente y administrativa</i>	63
Tabla 14	<i>Resultados en el Pilar Satisfacción y Reconocimiento</i>	64
Tabla 15	<i>Resultados en el Pilar Investigación</i>	65
Tabla 16	<i>Resultados en el Pilar Titulaciones y Convalidaciones</i>	66
Tabla 17	<i>Resultados en el Pilar Información Financiera</i>	67
Tabla 18	<i>Resultados en el Pilar Bienestar y Responsabilidad Social</i>	68
Tabla 19	<i>Semáforo de Transparencia Corporativa de las Universidades Privadas Peruanas</i>	69

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i>	Mapa de Exploración de la Literatura.....	21
<i>Figura 2.</i>	Distribución Bidimensional de análisis cuantitativo por países	35
<i>Figura 3.</i>	Modelo de Regresión Lineal de estimación de transparencia en RSC	38
<i>Figura 4.</i>	Participación de Pilares en el Índice de Transparencia Corporativa en..... las Universidades Peruanas. Información dada en porcentaje %.	56 56
<i>Figura 5.</i>	Nivel de Cumplimiento en el Índice de Transparencia Corporativa según Pilares	58
<i>Figura 9.</i>	Indicadores cumplidos y no cumplidos del Pilar Gobierno Corporativo.....	61
<i>Figura 10.</i>	Indicadores cumplidos y no cumplidos del Pilar Información al estudiante y postulante.....	63 63
<i>Figura 11.</i>	Indicadores cumplidos y no cumplidos del Pilar Plana docente y..... administrativa.	64 64
<i>Figura 12.</i>	Indicadores cumplidos y no cumplidos del Pilar Satisfacción y Reconocimiento.	65
<i>Figura 13.</i>	Indicadores cumplidos y no cumplidos del Pilar Investigación.....	66
<i>Figura 14.</i>	Indicadores cumplidos y no cumplidos del Pilar Titulaciones y Convalidaciones.	66
<i>Figura 15.</i>	Indicadores cumplidos y no cumplidos del Pilar Información Financiera.	67
<i>Figura 16.</i>	Indicadores cumplidos y no cumplidos del Pilar Bienestar y Responsabilidad Social.....	68
<i>Figura 17.</i>	Participación en el Semáforo de Transparencia Corporativa en Universidades Privadas del Perú.....	68
<i>Figura 18.</i>	Semáforo de Transparencia Corporativa en Universidades Privadas Asociativas	69

Figura 19. Semáforo de Transparencia Corporativa en Universidades Privadas Societarias. 70

Figura 20. Semáforo de Transparencia Corporativa en Universidades Privadas Licenciadas
.....70

Figura 21. Semáforo de Transparencia Corporativa en Universidades Privadas No
Licenciadas.....70



Capítulo I: Introducción

El presente capítulo tiene como objetivo partir de los antecedentes de la transparencia corporativa y la importancia de su aplicación en las organizaciones para dar paso a la definición del problema a tratar en las Universidades Privadas del Perú, definiendo el objetivo de la investigación, la naturaleza de la investigación, el desarrollo del marco teórico, el uso del internet para la difusión de información y la propuesta de adaptar, un modelo de índice de transparencia corporativa que se adecue a la realidad nacional, todo esto enmarcado dentro de los supuestos, limitaciones y delimitaciones de la investigación.

1.1. Antecedentes de la Investigación

Si bien la Transparencia Corporativa goza de diferentes conceptos plasmados en diversos estudios de investigación, el mensaje transfiere la idea general de lo representado, esta comunicación de información debe ser eficiente, clara, precisa, oportuna y actualizada según solicitud de los grupos de interés para entender el actuar de la empresa y como este se relaciona con la sociedad, a fin de tomar decisiones que permitan la continuidad de las operaciones del negocio en el que se encuentre inmerso en su relación bidireccional entre la empresa y la sociedad. De acuerdo a las normas establecidas por el Organismo Internacional de Estandarización (ISO) la ISO 26000 (2010), el principio de transparencia no consiste en revelar información confidencial de la propia organización, si no se debe compartir información suficiente, clara y completa para que a los grupos de interés puedan permitirles decidir, evaluar y analizar sus próximas decisiones con respeto a dicha organización. No obstante, existe un esfuerzo empresarial por dar a conocer acciones de responsabilidad social, identidad, estrategias, así como publicidad y marketing por medio de sus portales web, en donde puede generar confusión la presentación de datos voluminosos, gestando incompatibilidad con el objetivo de la transparencia corporativa. Es así que un contexto institucional, el gobierno corporativo busca crear una estructura de diálogo entre la empresa

(accionistas) y grupos de interés, con el objetivo de que éstos obtengan un entendimiento de sus metas estratégicas y operacionales de la organización, así como proteger sus intereses promoviendo la equidad corporativa, la transparencia y rendición de cuentas (Parum, 2005; Chan & Cheung, 2011).

Tanto sea la disposición de las empresas en asimilar y ser puesta a practica la transparencia corporativa, esta permitirá el aumento de la confianza de los grupos de interés al facultar a estos últimos el poder de ser observador, como regulador de sus procesos, objetivos, normas, políticas, estrategias. Por consiguiente, la transparencia corporativa estimula la presunción de validez de la información lo cual produce un efecto positivo en la confianza, como se manifiesta en las interacciones del mercado bursátil, en el cual, si bien las empresas miembros de determinadas bolsas de valores, están obligadas a publicar información establecida, no todas poseen el mismo ánimo de dar a conocer información mayor a la reglamentada. A medida que mejora el gobierno corporativo se obtienen mejores valoraciones de las empresas, mejor comportamiento de la cotización, y por ende mejores ratios financieros (Paz - Ares, 2004). Existen algunas investigaciones que se describen a continuación:

La investigación realizada por Bushman, Piotroski & Smith (2004) indicó que la transparencia corporativa se refiere a la divulgación de información por parte de una empresa a aquellos ajenos a la misma, siendo un factor determinante en la eficiente asignación de recursos, y el crecimiento de la economía. La investigación identificó cinco factores relevantes en la transparencia corporativa: (a) la transparencia financiera que captura la intensidad y oportunidad de los informes financieros, así como su interpretación y difusión a los analistas y prensa; (b) la intensidad de transparencia en gobierno corporativo; (c) los principios contables utilizados para medir la divulgación de información financiera; (d) la

oportunidad de la información financiera; y (e) la calidad de la auditoría de los informes financieros.

Por otro lado, la investigación realizada por Dragomir & Cristina (2009) indicó que el constante cambio en las regulaciones, necesidades y exigencias cada vez mayores para la transparencia corporativa han incentivado a las empresas a seguir nuevas tendencias en la disseminación de información corporativa con el fin de cumplir con buenas prácticas, que recogen aspectos relacionados a informes financieros y no financieros. Así mismo, el “White Paper sobre Gobierno Corporativo en América Latina”, sugiere que la divulgación de información y la transparencia fortalecen al sector privado de forma sustancial, e incrementa la probabilidad de éxito de los esfuerzos adoptados en los países miembros para contener la corrupción y alcanzar la confianza del público inversor (OCDE, 2004).

En el ámbito nacional se cuenta con la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Ley N° 27806, 2002), promulgada el 02 de julio de 2002, que enmarca la conducta exigible de nuestras instituciones, no obstante, cabe precisar que a la fecha no se tiene registrado la medición de transparencia corporativa de las principales empresas que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima. En cuanto a las Universidades privadas en el Perú: La transparencia está regida por la Ley N° 30220, Ley Universitaria (Ley N°30220, Art N° 11, 2017), establece que las Universidades están “obligadas a difundir en su portal electrónico, para conocimiento de la comunidad universitaria y cualquier ciudadano, toda aquella información que incide en el desarrollo y formación de los estudiantes, el uso de los recursos públicos, la gestión del patrimonio privado” (Ley N°30220, Art 11, 2017).

En cuanto a la demanda de universidades privadas, se debe señalar que la educación privada en el País no es obligatoria, sino una vía para mejorar las posibilidades de ingreso a la fuerza laboral y remuneración personal. Según la evolución del comportamiento de la oferta y demanda, en 2005, se podía observar que el porcentaje de la población que deseaba

educación superior había ido creciendo de la misma manera que la oferta de universidades en Lima y en las distintas regiones del Perú. El aumento de universidades privadas en el Perú también se debe al Decreto Legislativo 882 de 1996, llamada la “Ley de Promoción de la Inversión en la Educación”, la cual ha permitido que universidades privadas puedan operar como empresas con fines de lucro, cuyo comportamiento presenta un aumento progresivo de postulantes según el Informe Bienal sobre la Realidad Universitaria Peruana (SUNEDU 2018) en un periodo del año 2000 al 2015, así como la distribución geográfica de las universidades, en las cuales se observa un mayor crecimiento en el sur del país en contraste con el oriente. La apertura de universidades con fines de lucro y la oferta de carreras sobresaturadas generada por las oportunidades de inversión en universidades peruanas, descuida la visión general de un sistema de desarrollo para el País.

1.2. Definición del Problema

Actos cuestionados a instituciones públicas y privadas como concertación de precios, fraude de marketing, sobrevaloración de precios y hechos comprobados de corrupción han generado que organismos nacionales e internacionales realicen esfuerzos para mantener a los grupos de interés informados de los procesos y resultados de la gestión público y privado por medio de la transparencia corporativa, estimulan el surgimiento de controles. De tal forma en el ámbito nacional, surge un marco legal como es la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Ley N° 27806, 2002). Situando la Transparencia Corporativa en las Universidades Privadas del Perú, no se registra la existencia de un modelo por parte del sector público o privado que mida y categorice la transparencia corporativa, contando con información actualizada para que pueda servir a las necesidades de los grupos de interés, incluso SUNEDU responsable del licenciamiento para ofrecer el servicio educativo superior universitario quien “protege el derecho de los jóvenes a recibir una educación universitaria de

calidad y, de esta manera, mejorar sus competencias profesionales”, no posee un modelo de transparencia corporativa aplicado a las universidades.

1.3. Propósito de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Adaptar un modelo de transparencia corporativa para las Universidades Privadas del Perú que permita medir la publicación de información de sus portales web.

1.3.2. Objetivos Específicos

Los objetivos específicos son:

- Identificar modelos de transparencia que puedan ser adaptables a las Universidades Privadas del Perú, considerando la realidad nacional.
- Identificar la información a publicar y la asignación de valor, para medir el nivel de transparencia con un modelo adaptado a la realidad de las Universidades Privadas del Perú.
- Conocer el tipo de información que brindan las Universidades Privadas del Perú, a través de sus portales web, de acuerdo al modelo presentado.
- Establecer precedente de la investigación de transparencia aplicado a las Universidades Privadas del Perú.

1.3.3. Preguntas de la Investigación

- ¿Cuál es el nivel de transparencia corporativa que tienen las Universidades Privadas del Perú en la actualidad?
- ¿Qué información muestran las Universidades Privadas del Perú a través de sus portales web, referido al modelo adaptado?
- ¿Cuál es la diferencia del nivel de transparencia en las Universidades Privadas del Perú según su licenciamiento (licenciadas y no licenciadas), así como por su régimen (asociativas y societarias)?

1.4. Naturaleza de la Investigación

La presente investigación tiene enfoque cuantitativo y descriptivo y tiene como unidad de análisis a las prácticas de transparencia corporativa en las Universidades Privadas del Perú. La unidad de observación se debe a la intención de dar respuesta a los indicadores del modelo, considerando a la población de las Universidades Privadas del Perú. El tipo de muestreo es estratificado, no aleatorio, determinado por conveniencia, debido a que la muestra de Universidades Privadas elegidas se distingue por su estado de licenciamiento (Licenciada y No Licenciada), así mismo por su régimen (Asociativas y Societarias).

1.5. Marco Teórico

El tema central de la presente investigación está orientado en adaptar una alternativa de medición de transparencia frente al problema de investigación sobre la baja existencia de concientización en brindar mayor información corporativa por parte de las Universidades Privadas del Perú. Para abordar el problema se revisó la literatura sobre conceptos de transparencia a nivel nacional e internacional, las razones sobre la baja concientización en mostrar información, la identificación de modelos de medición existentes que más se asemejen a la realidad del mercado local.

Para empezar Aksu & Kosedag (2006), indicaron que la transparencia y las prácticas de divulgación de información que adoptan las empresas es un indicador de la calidad de la transparencia y buen gobierno corporativo. En este contexto, Beeks & Brown (2006) sostienen que empresas con alta calidad de gobierno corporativo son más transparentes que aquéllas con un entorno débil. Una mayor o menor transparencia en la información corporativa está asociada con el esquema de incentivos gerenciales, necesidades de financiación externa y otros factores como el tamaño de la empresa o las oportunidades de inversión (Martínez, 2007).

Para llevar a cabo el objetivo general, se revisó 6 modelos: Modelo Patel, Balic & Bwakira, Modelo Extractive Sector Transparency Measures Act, Modelo Guide on Resource Revenue Transparency, Modelo Ganescu & Gangone, Modelo de Inteligencia de Negocios (IdN Inteligencia de Negocios & KPMG, 2012) y el Informe de Transparencia Voluntaria en la web de las Universidades Españolas (Cavanna & Barrio, 2016), siendo estos dos últimos las principales referencias para el constructo del modelo propuesto; cada modelo mencionado se encuentra descrito en el capítulo 2.

1.6. Definiciones Operacionales

Las definiciones operacionales son un conjunto de conceptos relevantes en la presente investigación:

- **Transparencia Corporativa:** Es una cultura institucional que además de abarcar las normas o políticas del sector, se enfoca en la libre accesibilidad logrando ser de fácil entendimiento y utilidad para los grupos de interés ayudándolos a conocer los detalles del ámbito en el que se desarrolla, generando confianza en la toma de decisiones, pudiendo servir como una ventaja competitiva para el desarrollo institucional.
- **Universidades Privadas en el Perú:** Según la Ley Universitaria (Ley N°30220, 2017), define a la Universidad como: Una comunidad académica orientada a la investigación y a la docencia, que brinda una formación humanista, científica y tecnológica con una clara conciencia de nuestro país como realidad multicultural. Las Universidades privadas no son gestionadas por el gobierno ni recibe financiación pública. Estas Universidades se financian con sus propios ingresos, que suelen provenir de diversos medios como el pago de matrículas y pensiones de los alumnos, donaciones particulares o de patentes registradas por sus equipos de investigación.

- **Gobierno Corporativo:** Se refiere a la estructura para determinar los objetivos de la organización, la monitorización de su desempeño y su cumplimiento dentro de estándares y principios, que sean ética y socialmente aceptables.
- **Información al Postulante y Estudiante:** Se refiere a la publicación de información relevante para alumnos e interesados en pertenecer a la institución universitaria, son procesos netamente administrativos.
- **Plana Docente:** Se refiere a la información sobre el estado laboral de los colaboradores de la Universidad, además de la publicación independiente de sus logros académicos y estados salariales.
- **Satisfacción y Reconocimiento:** Se refiere a que las Universidades deben realizar la medición constante de la satisfacción de los usuarios, y luego ser publicados los resultados.
- **Investigación:** Se refiere a la información de los proyectos desarrollados por docentes y estudiantes de las Universidades, incluye proyectos de Investigación y Desarrollo tanto en el ámbito privado o con el sector productivo, presenta información de los proyectos que cuentan con fuentes de financiamiento de cualquier tipo, así como los proyectos que son subvencionados en su totalidad por la Universidad.
- **Titulaciones y Convalidaciones:** Se refiere a la información necesaria para que los interesados en acceder a las Universidades encuentren equivalencias y requerimientos para realizar convalidaciones de otras Universidades tanto nacionales como internacionales.

- **Información Financiera:** Se refiere al conjunto integrado de estados financieros y notas, para expresar cual es la situación financiera, resultado de operaciones y cambios en la situación financiera de la Universidad.
- **Bienestar y Responsabilidad Social:** Se refiere a la propuesta de responsabilidad social universitaria desde la perspectiva de inclusión e integración social, además muestra los beneficios a los que pueden acceder los alumnos en la institución universitaria.

1.7. Supuestos de la Investigación

Los supuestos de la investigación son los siguientes:

1. El instrumento sea aplicable a las Universidades Privadas del Perú, cumpliendo con las regulaciones y normativas indicadas por el Ministerio de Educación (MINEDU) y la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU).
2. Que las Universidades Privadas del Perú, puedan actualizar periódicamente la información de su oferta académica e institucional. El acceso a la información permitirá realizar un análisis cuantitativo actualizado, caso contrario, se obtendrá resultados no fiables o desactualizados.
3. Que el instrumento contribuya a medir la transparencia corporativa en las Universidades Privadas del Perú.

1.8. Limitaciones de la Investigación

- Resistencia a la publicación de información en los portales web por parte de las Universidades Privadas en el Perú por motivo de desconfianza o incertidumbre sobre el fin y uso de la información.
- No se han realizado varios estudios de este tipo en Perú, lo cual restringe el tipo, cantidad y calidad de información, ya que la gran mayoría de

antecedentes son del exterior, que no necesariamente tienen las mismas condiciones del entorno nacional.

- El objeto de la investigación no está orientado en la calidad de la información, sino en el grado de publicación de la misma en los portales web de las universidades privadas.

1.9. Delimitaciones de la Investigación

La presente investigación se delimitó considerando, que:

- La recolección de información y análisis se realizó entre el período de julio - octubre 2018 en los portales web de las Universidades Privadas del Perú.
- La información obtenida proviene de fuentes secundarias.
- Se llevó a cabo desde la ciudad de Arequipa.

1.10. Resumen

En este capítulo se da a conocer el problema central de la investigación, el propósito de estudio, objetivos generales y específicos, preguntas de investigación, marco teórico, definiciones operacionales, limitaciones y delimitaciones de la investigación.

La transparencia se constituye en un rol primordial para generar confianza en los grupos de interés, asimismo, permite atraer nuevas inversiones, generar compromiso y mantener el crecimiento sostenible de la economía. En ese sentido, las Universidades Privadas del Perú deben participar activamente en la ejecución de buenas prácticas de Transparencia Corporativa. Así mismo, la comunicación eficiente de información debe ser clara, precisa, oportuna y actualizada. Se ha considerado realizar una investigación cuantitativa para abordar el problema sobre de la inexistencia de un modelo de medición de transparencia corporativa aplicada a las Universidades Privadas del Perú respecto a la publicación de información en los portales web, y que este modelo de instrumento este adecuado a la realidad nacional.

Capítulo II: Revisión de la Literatura

El presente capítulo describe la revisión de literatura en un contexto nacional e internacional sobre el concepto general de la gestión de Transparencia Corporativa que proponen diversos autores. En ese sentido se revisan distintos modelos e indicadores de valoración que han sido desarrollados para medir el nivel de transparencia en distintos ámbitos de acción. En la Matriz de Exploración de la Literatura (ver Figura 1), se considera tres temas principales que componen la investigación de la Transparencia Corporativa en las Universidades Privadas del Perú, agrupadas en: (a) Antecedentes, y (b) Estudios e Investigaciones (En el Perú, Latinoamérica y el Mundo), y (c) Modelos de Gestión de Transparencia Corporativa.

2.1. En el Perú y Latinoamérica

Las empresas se encuentran en constante búsqueda de ser cada vez más competitivas en el mercado globalizado actual, por lo que se encuentran orientadas a incrementar su valor, mejorado la gestión de riesgos, buenas prácticas y mejores condiciones. Por ello, se busca desarrollar mecanismos que permitan identificar fallas y llevar un control con normas y códigos que permitan implementar mejores prácticas para su desarrollo. Uno de los principales mecanismos en el ámbito empresarial es el gobierno corporativo,

El termino gobierno corporativo (GC) aplicado para una industria tiene sus primeros indicios en el siglo XX, el cual describe GC como los típicos conflictos al interior de las empresas acerca del control y auditorias de las empresas y sus directivos. Flores y Rozas (2008) definen como problema de la empresa y originan una exploración moderna sobre el gobierno corporativo enfocada al ámbito económico, y su mayor rendimiento con la finalidad de generar mayor rentabilidad.

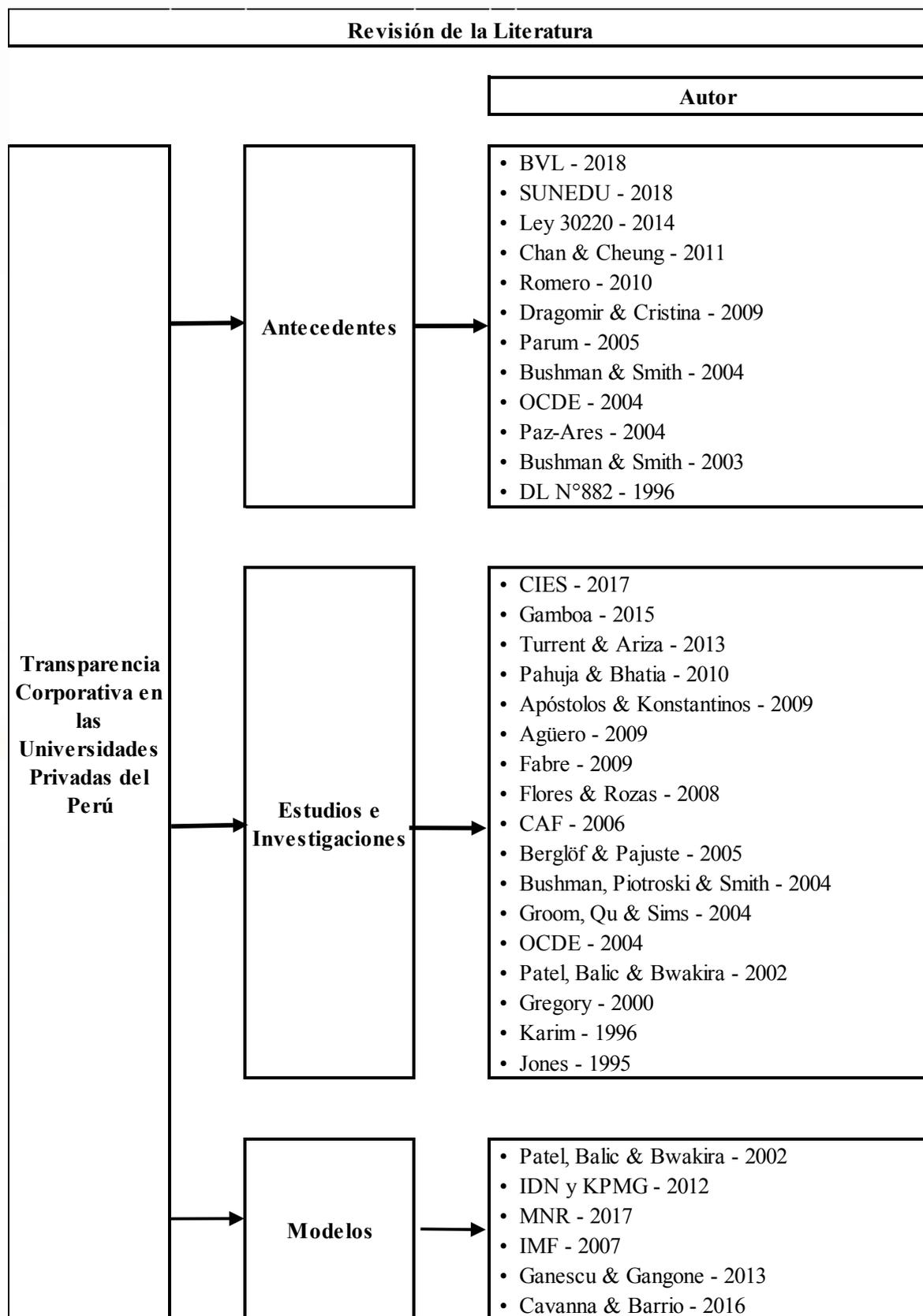


Figura 1. Mapa de Exploración de la Literatura.

A partir del siglo XXI, se consideraron las buenas prácticas corporativas como mecanismo y base de análisis para inversionistas en el ámbito nacional y latinoamericano. Según Agüero (2009), en alineación a informes internacionales como el Cadbury de Gran Bretaña en 1992, el informe Dey de Canadá en 1993, el informe Viénot de Francia en 1995, los informes Peters de Holanda, Olivencia de España y Cardon de Bélgica en 1998, éstos fueron grandes referentes en el marco de inicio de los pilares del gobierno corporativo en Latinoamérica, para que las organizaciones desarrollen y estandaricen buenas prácticas que las ayuden a poder progresar.

El Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe, España y Portugal (CAF) define actualmente gobierno corporativo como “conjunto de prácticas, formales e informales, que gobiernan las relaciones entre los administradores y todos aquellos que invierten recursos en la empresa, principalmente accionistas y acreedores” (CAF, 2006). En ese sentido, con la finalidad de incrementar el valor de la compañía y alcanzar un mejor nivel de vida, se basan en los principios de equidad, rendición de cuentas, responsabilidad y transparencia.

Según Fabre (2009) indicó "El gobierno corporativo es un mecanismo de chequeos y balances, o de vigilancia que permite a las empresas ser transparentes y así poder acceder a los mercados financieros". La importancia de la transparencia radica en que, si una empresa logra consolidarse con una administración transparente, luego entonces la verificación de los resultados será evidente, por lo que la administración podrá trabajar eficazmente y gozar de la confianza de los accionistas.

En cuanto a la divulgación de información que deben de realizar las organizaciones, esta integra los aspectos financieros y operativos relevantes de la empresa referidos a sus procesos internos y de control, la protección y aplicabilidad de los derechos de los accionistas, y el equipo de consejeros que sean capaces de aprobar la estrategia de forma independiente (Gregory, 2000). La divulgación de información asegura la transparencia en

los diferentes sectores y se refiere a la diseminación de información adecuada y oportuna por parte de la empresa a sus grupos de interés. Esta información no necesariamente tiene que ser requerida u obligada por reglas y normativa impuestas por los reguladores en el mercado de cada país, sino que la empresa es la responsable de emitir información relevante de aquellos aspectos e indicadores que podrían impactar en el valor de la empresa (Pahuja & Bhatia, 2010).

Por otro lado, la transparencia en la información es de gran aporte a los inversores a entender las decisiones de la administración y corporaciones, aumentando la confianza en el mercado de capitales, incrementando la liquidez, aumentando el valor de las acciones en el mercado, reduciendo el coste de capital, así como la reducción del riesgo, brindando de ese modo el conocimiento necesario para la adecuada toma de decisiones respecto a las inversiones que puedan realizar. (Apóstolos & Konstantinos, 2009; Groom et al., 2004; Karim, 1996).

En el Perú, diversos estudios se centran en la problemática de la transparencia y el pase a altos índices de corrupción. El estudio “Corrupción y Transparencia” como Balance de Investigación en Políticas Públicas 2011- 2016 y Agenda de Investigación 2017 – 2021 elaborado por el Consorcio de Investigación de Económica y Social (CIES, 2017), revisó textos académicos con enfoques temáticos considerados en las publicaciones centralizados en percepción, causas, motivos, prácticas, impacto, victimización y lucha anticorrupción, las que proporcionaron información relevante para el estudio y análisis de la transparencia y la corrupción, con autorías reconocidas como las publicaciones de Mujica (2011), Rodríguez & Galer (2016), Montero & Yamada (2011), Peña & Mancillas (2011). La realización de diez entrevistas a funcionarios, autores de estudio y personal dedicado a la lucha contra la corrupción desde la sociedad civil como el estado, permitió concluir que la legislación anticorrupción es apropiada, pero la implementación es deficiente. Uno de los principales

problemas identificados por las personas con experiencia en el sector público es una normatividad burocrática desbordada. En un estudio de seguimiento en el período 2013 – 2015 realizado por Gamboa (2015), se evidencia que aún se debe priorizar la implementación de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Ley N° 27806, 2002) y normas conexas. Asimismo, presenta el monitoreo de dos mecanismos fundamentales: los portales de transparencia y las solicitudes de acceso a la información pública.

El acrecentamiento de transparencia corporativa en Latinoamérica está en periodo de desarrollo, existiendo una variación en los resultados y emprendimientos de los diferentes países. Existen iniciativas como en Argentina con la Ley N° 27275 - Derecho de Acceso a la Información Pública, Ecuador con la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública - Ley N° 24, Uruguay con la Ley de Acceso a la Información Pública N° 18.381. Perú se encuentra con un desarrollo de la transparencia corporativa, como lo evidencia la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Ley N° 27806, 2002), que permite regular las prácticas institucionales.

2.2. En el Mundo

A nivel mundial, el tema del Gobierno Corporativo y sus principios han ido evolucionando de manera destacada en diversos países como instrumento para el crecimiento y fortalecimiento de sus empresas, el Gobierno Corporativo en el mundo mantiene como referencia los principios de gobierno corporativo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) los que constituyen la base en la que se forjan las iniciativas en Gobierno Corporativo tanto en países miembros de la OCDE como los no miembros; mediante estos principios las empresas son capaces de comprender mejor en qué medida un buen gobierno corporativo es de gran ayuda para potenciar su competitividad e inversiones y al mismo tiempo contribuirán al desarrollo de una cultura de valores en el ámbito del

comportamiento profesional y ético en el que la confianza y la integridad juegan un papel fundamental en la vida económica de las instituciones (OCDE, 2004).

La transparencia en la publicación de información es importante en los buenos Gobiernos Corporativos, sin embargo, esta no siempre conlleva una estandarización en la presentación de la misma, en el estudio Berglöf & Pajuste (2005) coinciden en la necesidad de publicar información que poseen las empresas, y en una muestra de 370 empresas que cotizan en la Bolsa de Valores de Europa Central y Oriental. Los datos muestran que la divulgación de información de los elementos más básicos incluso de los acuerdos de gobierno corporativo, a pesar de existir regulación, varía sustancialmente entre las empresas, y hay un fuerte efecto con el país en lo que las compañías divulgan. En general, lo que se publica depende del marco legal y las exigencias dependiendo del país y no siempre guarda relación con el desempeño financiero de las empresas.

Bushman, Piotroski & Smith (2004) en su publicación “What determines Corporate Transparency?” definieron la transparencia corporativa como la disponibilidad de la información de la empresa hacia sus distintos grupos de interés y público interesado, encontrándose la transparencia corporativa como el resultado de un sistema multifacético cuyos componentes colectivamente producen, reúnen, validan y difunden información. El análisis de medidas que capturan las empresas específicas de los países entorno a la información, aísla dos factores distintos. El primer factor, interpretado como transparencia financiera, capta la intensidad y la puntualidad de las revelaciones financieras, y su interpretación y difusión por parte de los analistas y los medios. El segundo factor, interpretado como transparencia de gobierno, capta la intensidad de las divulgaciones de gobernanza utilizadas por inversores externos para responsabilizar a los oficiales y directores. Si estos factores varían con los regímenes legales o judiciales de los países y las economías políticas, el resultado multivariable es que el factor de transparencia de la gobernanza está

relacionado principalmente al régimen jurídico y judicial de un país, mientras que la transparencia financiera factor está relacionado principalmente con la economía política. Por ello, es importante identificar los factores que inciden en el nivel de transparencia corporativa. De acuerdo con la teoría institucional, los factores institucionales formales, como el entorno legal, las variables macroeconómicas y las prácticas de gobernanza empresarial.

Jones (1995) en su publicación “Instrumental stakeholder theory: International Validation of the Corruption Perceptions” destinado a mejorar la posición de la teoría de los interesados como un tema integrador para el campo empresarial y de la sociedad, brinda en una teoría instrumental de la gestión de las partes interesadas basada en la teoría económica, la ciencia del comportamiento y ética. La teoría central se basa en un subconjunto de principios éticos como la confianza, confiabilidad y cooperación, que puede determinarse como ventajas competitivas; lo que conlleva que la ética y transparencia en las empresas es fundamental en la lucha contra la corrupción.

Del mismo modo Patel, Balic, & Bwakira, (2002) en su estudio enfatizaron en la transparencia y la publicación como elementos esenciales para el gobierno corporativo; donde utilizaron un conjunto de datos para analizar los puntajes de Transparencia y Divulgación (puntaje T&D) en 19 países emergentes, detectando que los mercados emergentes asiáticos y Sudáfrica tienen mayor transparencia y publicación en comparación con Europa del Este, América Latina y mercados emergentes de Medio Oriente. La brecha entre los mercados emergentes asiáticos y Sudáfrica sobre otros mercados han aumentado en los últimos 3 años, y no encuentran diferencias significativas en los puntajes de T & D entre los sectores económicos. Los resultados muestran que los mercados emergentes asiáticos exhiben una mayor transparencia y divulgación después de sus últimas crisis monetarias,

bancarias y del mercado de valores, teniendo un gran reto por delante los latinoamericanos en cuanto a Transparencia Corporativa.

En cuanto a la transparencia de información en medios digitales, Turrent, & Ariza (2013) en la publicación “Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX” exponen la transparencia corporativa como un elemento esencial en los mercados de capital y en un factor que incrementa la confianza de los inversores. Esta publicación, presenta el estudio descriptivo del nivel de transparencia corporativa en Internet de las empresas del IBEX, con el propósito de identificar aquellas dimensiones de gobierno corporativo que inciden en un mayor nivel de transparencia.

De acorde a los distintos conceptos y teorías estudiadas en la presente investigación, se concluye que la transparencia corporativa se presenta como la capacidad de las organizaciones para dar a conocer información, datos, documentos, políticas y procesos que influyan en la toma de decisiones de sus grupos de interés de acorde a las normativas vigentes del estado; se convierte en un medio para que estos grupos puedan ejercer el derecho de acceso a la información pública y a la participación.

2.3. Iniciativas y modelos para medir la Transparencia Corporativa

Existen diversos estudios y herramientas de valoración que han sido desarrollados para medir el nivel de transparencia de las empresas, indistintamente del sector al que pertenecen a través de diferentes perspectivas, estos estudios incluyen el gobierno corporativo, la información financiera, la sostenibilidad, la atención al inversionista, entre otros. Por lo que es importante contar con una variedad de indicadores que faciliten alcanzar una adecuada medición de la transparencia corporativa, y sobre todo permitan mostrar transparentemente a todos los grupos de interés (inversionistas, proveedores, clientes, trabajadores, autoridades y comunidad), las distintas operaciones, procesos y actividades internas.

2.3.1. Modelo de Patel, Balic & Bwakira

Patel, Balic & Bwakira (2002) indicaron que las empresas con mejores políticas de transparencia y divulgación de la información son las más valoradas en el mercado.

Asimismo, se ha hecho evidente que en la coyuntura actual hay un divorcio entre la información presentada por la gestión de una empresa y el sector financiero, lo cual ha conllevado a que se busquen maneras de estandarizar la información presentada por las empresas, para asegurar una mayor transparencia en el entorno de inversión.

Patel et al. (2002) analizaron el nivel de transparencia de los reportes anuales presentados por 1600 grandes empresas, que cuentan con liquidez y que se desarrollan en más de 30 países catalogados como mercados emergentes; para ello, emplearon los datos del índice Transparencia y Divulgación (puntuación T & D) de Standard & Poor. Los informes obtenidos presentan 98 posibles elementos clasificados en tres categorías: (a) Estructura de propiedad y relaciones con los inversores, (b) La transparencia financiera y la divulgación de información, y (c) El Directorio y la estructura de gestión y procesos. La metodología utilizada fue por secciones, la primera sección fue la investigación, donde se describió el conjunto de datos empleados; en la segunda sección, se realizaron comparaciones de las principales diferencias de los mercados emergentes; y en la tercera sección se analizaron las principales tendencias empleadas para garantizar la transparencia y divulgación de la información financiera en los últimos tres años (1998-2000); en la cuarta y quinta sección, se presentó la correlación entre la transparencia y divulgación, y la estructura patrimonial y valoración de las empresas.

En consecuencia, este modelo crea tres categorías a forma de evaluación, lo cual se puede ver como una metodología que los autores crean para el análisis de los reportes por empresa, pero no llegan a obtener una medición explícita por empresa ni otorgan un indicador cuantificable, sino verifican el cumplimiento de cada aspecto evaluado de acuerdo

a la pertenencia geográfica de cada zona para finalmente agruparlas y obtener el porcentaje de cumplimiento por continente.

2.3.2. Modelo de Inteligencia de Negocios

Las instituciones IdN Inteligencia de Negocios y KPMG de Chile, desde el año 2010 vienen elaborando el índice de transparencia corporativa con la intención de examinar la divulgación de información relevante que efectúan las empresas privadas y públicas hacia la sociedad, esta iniciativa contribuye a promover la transparencia como un valor fundamental para el ámbito empresarial. El modelo desarrollado por IdN Inteligencia de Negocios y KPMG de Chile mide la Transparencia Corporativa y busca determinar la cantidad de información crucial que una empresa pone a disposición del usuario (IdN Inteligencia de Negocios & KPMG, 2012).

La metodología utilizada por estas instituciones inicialmente busca la información de manera exploratoria. La investigación se basa en fuentes secundarias, en los cuales se revisa la existencia o no de contenidos informativos importantes, que contribuyan a una mejor y más confiable estimación del valor de la transparencia corporativa de una empresa. La verificación de los elementos importantes para la medición se efectúa por medio de la revisión de información en sitios web, de esta revisión se identificaron 80 atributos informativos. A partir de ello la metodología utilizada en este modelo revisa la presencia o ausencia de una serie de contenidos o atributos considerados importantes para los grupos de interés de la empresa, lo que establecen las normativas vigentes de las economías de avanzada y también en las recomendaciones y estándares que brindan los organismos internacionales (IdN Inteligencia de Negocios & KPMG, 2012).

Luego de las revisiones efectuadas en el proceso de investigación IdN Inteligencia de Negocios & KPMG (2012) encontró cinco dimensiones o aspectos temáticos, más un componente o herramienta facilitadora de la información, los cuales son: (a) Presentación de

la Empresas y sus Negocios, (b) Gobierno Corporativo, (c) Información Financiera, (d) Información para el Inversionista y (e) Sustentabilidad, más un aspecto adicional de nominado “herramientas” que facilitan la búsqueda y comprensión de la información publicada en los sitios web de las empresas (ver Tabla 1).

Tabla 1

Modelo de Transparencia Corporativa de Inteligencia de Negocios

Componentes	Atributos	Ejemplos
Presentación y negocios	Descripción sobre el negocio de la empresa, sinopsis histórica, fortalezas, cobertura comercial, etc.	Historia corporativa misión, visión y valores.
Gobierno corporativo	Descripción detallada de la organización y su forma de gobierno.	Estatuto social, remuneraciones de la alta dirección, responsabilidad del directorio.
Atención al inversionista	Datos que un inversionista desea saber, desde los hechos esenciales hasta los planes estratégicos pasando por los dividendos, la cotización bursátil, etc.	Hechos esenciales, calendario de eventos, política de dividendos.
Información financiera	Estándares contables, formatos de entrega, supervisiones y periodicidad en la entrega de la información	Memoria anual, EE.FF. Trimestrales
Sustentabilidad	Descripción y datos sobre políticas de sustentabilidad del negocio y relación con sus grupos de interés.	Uso de energía y manejo de residuos, política de capacitación
Herramientas	Herramientas que facilitan la búsqueda y comprensión de la información	Contáctenos, otros idiomas

Nota. Tomado de “Transparencia Corporativa Perú 2012” por IdN Inteligencia de Negocios & KPMG, 2012. Recuperado de: (<http://www.transparenciacorporativa.cl/docs/Reporte%20ITC%202012%20PE.pdf>).

Cada grupo de variables se ponderó de acuerdo al número de atributos informativos, es así que, a mayor número de contenidos o atributos, mayor fue la ponderación. Estos

ponderados fueron revisados de acuerdo a la relevancia de la información, es decir si a algún punto se le otorgó mayor relevancia, mayor ponderación obtendrá. Viendo el impacto de estos atributos para los distintos grupos de interés, IdN Inteligencia de Negocios & KPMG (2012) brindó una mayor ponderación a la “información para el inversionista” donde se encuentran datos esenciales, tales como: cotización bursátil, servicio de alerta electrónica y dividendos pagados, entre otros, mientras la menor ponderación se dio al ítem “herramientas” en donde se incluyen funcionalidades digitales que facilitan el acceso a los contenidos (IdN Inteligencia de Negocios & KPMG, 2012).

De esta forma para IdN Inteligencia de Negocios & KPMG (2012) el indicador de transparencia corporativa quedó definido como: $ITC = \sum (m_i/n_i) \phi_i$.

En donde: “m” es el número de atributos hallados en el factor i, “n” es el total de atributos del factor i y “φ” es el ponderador del factor i. De acuerdo a IdN Inteligencia de Negocios & KPMG (2012) los ponderadores establecidos para la construcción del ITC fueron:

- Presentación y Negocios (pn): 12%
- Gobierno Corporativo (gc): 23%
- Información Financiera (if): 19%
- Información para el Inversionista (ipi): 27%
- Responsabilidad Social y Ambiental (rs): 11%
- Herramientas (h): 8%

Con lo cual la estimación o cálculo del indicador de transparencia corporativa utilizando la fórmula general y los ponderados establecidos según IdN Inteligencia de Negocios & KPMG (2012) fue: $ITC = pn10\% + gc25\% + if20\% + ipi30\% + rs10\% + h5\%$. Posteriormente se establece un ranking, ordenando de mayor a menor los puntajes obtenidos por cada una de las empresas participantes de acuerdo a su ITC.

Favorablemente a la investigación, este modelo otorga ponderaciones cuantificables a las dimensiones a evaluar para obtener un índice que ayuda a la clasificación de las empresas según su transparencia. Por otro lado, al no estar centrado en el rubro de educación superior, los pesos de cada atributo evaluado no se centran en ámbitos relevantes para la industria como el social o el de medio ambiente.

2.3.3. Modelo Extractive Sector Transparency Measures Act

Este modelo, Extractive Sector Transparency Measures Act (ESTMA) por sus siglas en inglés, tomo fuerza en junio de 2015 en Canadá, como una nueva forma de combatir la corrupción relacionada a las industrias extractivas. La misión de esta afiliación es que las empresas del rubro de explotación de recursos naturales que cotizan o están relacionadas a la bolsa canadiense puedan declarar de forma transparente sus impuestos y otros pagos diversos para que estos puedan ser auditados. Esta forma de reportar contiene especificaciones técnicas para las empresas afiliadas, además de guías de cómo reportar los pagos realizados a terceros y los diferentes impuestos declarados al gobierno. Estas declaraciones deberán incluir los siguientes siete tipos de pagos (Minister of Natural Resources Canada, 2017):

- Impuestos
- Regalías
- Derechos de Concesión y Permisos
- Derechos de producción
- Bonos
- Dividendos
- Mejoramiento de infraestructura para la producción

Además, se consideran dentro del reporte pagos de tipo social, siempre y cuando estos no sean de importancia para el desarrollo del proyecto y cuando estos pagos se realicen a otras entidades sociales para el beneficio de las comunidades aledañas. Por último, también

se consideran reportar de acuerdo a este modelo las empresas en joint venture, para que ambas, afiliadas o no a la bolsa canadiense sean fiscalizadas (Minister of Natural Resources Canadá, 2017).

De acuerdo a la investigación, esta iniciativa tiene características principalmente de transparencia financiera, aunque debido al control que tendrá en los pagos sociales que realizan las compañías se incluirían en la dimensión social de transparencia. Se resalta que esta iniciativa define los impuestos que se deben declarar claramente, por otro lado, no llega a ser una medición cuantitativa de transparencia sino una iniciativa de control.

2.3.4. Modelo Guide on Resource Revenue Transparency

Esta guía establecida por el Fondo Monetario Internacional (FMI) está asociada al Código de Buenas Prácticas de Transparencia Fiscal, en la cual se basan los 189 países asociados al FMI para mejorar y adecuar sus normativas para desarrollar la transparencia y la declaración de información. Se aplica principalmente para mejorar la transparencia financiera en países cuya principal actividad económica es la industria extractiva. Esta guía está basada en los cuatro pilares del código (IMF, 2007).

- (I) Clara definición de funciones y responsabilidades

Especifica que el sector gobierno deberá distinguirse del resto del sector público y del resto de la economía. Asimismo, dentro del sector público, las funciones de política y administración deberán ser claras y divulgarse al público; y el marco jurídico, normativo y administrativo establecido para la gestión de las finanzas públicas, este deberá ser claro y transparente.

- (II) Transparencia de los procesos presupuestarios

Hace referencia que la elaboración del presupuesto deberá respetar un calendario establecido y regirse por objetivos de política macroeconómica y fiscal claramente

definidos; y deberán establecerse procedimientos claros para la ejecución, supervisión y declaración del presupuesto.

- (III) Acceso del público a la información

Deberá proporcionarse al público información completa sobre las operaciones fiscales pasadas, actuales y futuras, y sobre los principales riesgos fiscales: La información fiscal deberá presentarse de manera que facilite el análisis de las políticas y que estimule la rendición de cuentas, y Deberá contraerse el compromiso de divulgar puntualmente información sobre las finanzas públicas.

- (IV) Garantías de integridad

Indica que los datos fiscales deberán cumplir las normas generales aceptadas sobre la calidad de los datos; las actividades fiscales deberán estar sujetas a una supervisión y a salvaguardias eficaces de carácter interno; y la información fiscal deberá someterse a examen externo.

En conclusión, esta es una iniciativa por la cual se guían los países para poder mejorar su normativa respecto al manejo de su transparencia fiscal buscando la integridad en el sector Gobierno.

2.3.5. Modelo Ganescu & Gangone

Ganescu & Gangone (2013) plantearon una metodología para poder medir cuantitativamente el Gobierno Corporativo Responsable (GCR) en 23 países emergentes de Europa basándose en los principios de buen gobierno corporativo establecidas por la OCDE (2004), los autores plantearon cinco dimensiones en el modelo y se las normalizo con los valores máximos y mínimos, luego se las ponderó de acuerdo a un peso para finalmente obtener un promedio:

- Derechos de los accionistas y trato igualitario (0.5): para la responsabilidad con los accionistas y la protección de sus inversiones.

- Relación con los grupos de interés (0.33): enfocado principalmente en la relación con los colaboradores y con los clientes.
- Responsabilidad del directorio en concretar objetivos corporativos (0.5): que toma en cuenta la capacitación en gestión y en la delegación de colaboradores.
- Conducta ética corporativa (1.0): basado en la percepción ética de un país con respecto a los demás.
- Transparencia y la implementación de sistemas de control interno y externo (1.0): con relación a la conformidad de reportar y auditar finanzas.

Finalmente, crearon una relación bidimensional entre el índice de gobierno corporativo obtenido versus el PBI per cápita (PBI/c) de cada país para otorgar una calificación según el cruce en los cuadrantes formados (ver Figura 2): *Performers* (alto PBI/c con alto índice GCR), *Sensitives* (bajo PBI/c con alto índice GCR), *Indifferents* (alto PBI/c con bajo Índice GCR) y *Losers* (bajo PBI con bajo GCR). Así mismo, se muestran los países evaluados bajo este modelo con sus respectivas abreviaturas (ver Tabla 2)

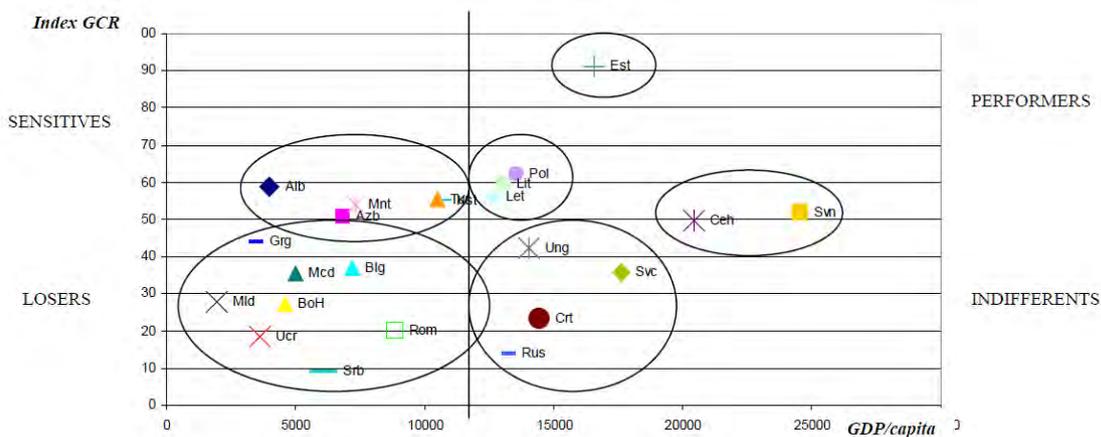


Figura 2. Distribución Bidimensional de análisis cuantitativo por países
Tomado de “A methodology For Measuring Responsible Corporate Governance in countries of Emerging Europe”, por Ganesu & Gangone, 2013

Tabla 2

Tabla de países evaluados y su respectiva abreviatura

País	Abreviatura
Estonia	(Est)
Poland	(Pol)
Lithuania	(Lit)
Albania	(Alb)
Latvia	(Let)
Turkey	(Tur)
Kazakhstan	(Kst)
Montenegro	(Mnt)
Slovenia	(Svn)
Azerbaijan	(Azb)
Czech Republic	(Ceh)
Georgia	(Grg)
Hungary	(Ung)
Bulgaria	(Blg)
Slovakia	(Svc)
Macedonia	(Mcd)
Moldavia	(Mld)
Bosnia-Herzegovina	(BoH)
Croatia	(Crt)
Romania	(Rom)
Ukraine	(Ucr)
Russia	(Rus)
Serbia	(Srb)

Nota. Adaptado de “A methodology For Measuring Responsible Corporate Governance in countries of Emerging Europe”, por Ganescu & Gangone, 2013

Favorablemente con la investigación, realiza una medición cuantificable de un indicador del buen gobierno corporativo al cual le otorga distintas ponderaciones en cada dimensión. Lo más resaltante de este modelo es que al final de su evaluación relaciona un indicador macroeconómico del país respecto al indicador obtenido para poder mejorar las conclusiones de su estudio. Sin embargo, la medición realizada no es explícitamente de transparencia, y tampoco se realiza sobre empresas sino sobre países.

Los autores plantearon un modelo de medición de Transparencia informativa en RSC (Responsabilidad Social Corporativa) para poder determinar cuáles son los factores que

influyen más y comprobar si la identidad del accionista principal afecta en la transparencia en RSC en un grupo de empresas cotizadas en la bolsa de España. Alineadas con las variables del GRI (Global Reporting Initiative), en la Tabla 3 se muestra la medición de la transparencia en cuatro dimensiones que engloban diferentes indicadores: Perfil (compromisos y gobierno corporativo), Económico (sistemas económicos e influencia con grupos de interés), Ambiental (impactos y cumplimiento con normas) y Social (ética laboral, derechos humanos, interacción con la comunidad e información sobre los productos); teniendo estadísticamente la misma distribución previa de forma decreciente la cantidad de empresas que informan acerca de cada dimensión.

Tabla 3

Distribución de Variables e indicadores por cada Dimensión según el GRI

Dimensiones	VARIABLES de cada dimensión	Número de indicadores
Perfil	Estrategia y Análisis	2
	Perfil de la Organización	10
	Parámetros del Informe	13
	Gobierno, Participación y compromisos con los Grupos de Presión	17
Económica	Desempeño Económico	4
	Presencia en el Mercado	3
	Impactos Económicos Indirectos	2
Ambiental	Materiales	2
	Energía	5
	Agua	3
	Biodiversidad	5
	Emisiones, vertidos y residuos	10
	Productos y Servicios	2
	Cumplimiento normativo	1
	Transporte	1
General	1	
Social	Prácticas Laborales y Éticas	15
	Derechos Humanos	11
	Sociedad	10
	Responsabilidad sobre productos	9

Nota. Adaptado de “Análisis de los factores determinantes de la transparencia en RSC en las empresas españolas cotizadas” por Testera & Cabeza, 2013

Luego realizaron un análisis de regresión lineal de acuerdo a la fórmula mostrada en la Figura 3 tomando en cuenta las siguientes variables para finalmente determinar los factores

que más influían en los reportes de transparencia en RSC son el tamaño de la empresa y el nivel de endeudamiento. (Testera & Cabeza, 2013):

- Identidad del accionista (TIPOLOGIA)
- La rentabilidad financiera (ROE)
- El tamaño de la empresa (TAMAÑO)
- La sensibilidad ambiental (SECTOR)
- Endeudamiento (END)
- Transparencia en general (TRANSP)

$$TRANPSRSC_{tt} = \alpha_0 + \beta_1 TIPOLOGIA_{t,t-1} + \beta_2 ROE_{t,t-1} + \beta_3 TAMAÑO_{t,t-1} + \beta_4 SECTOR_{t,t-1} + \beta_5 END_{t,t-1} + \beta_6 TRANSP_{t,t-1} + \varepsilon_t$$

Figura 3. Modelo de Regresión Lineal de estimación de transparencia en RSC Adaptado de “Análisis de los factores determinantes de la transparencia en RSC en las empresas españolas cotizadas” por Testera & Cabeza, 2013

Respecto a este modelo se concluye que, por un lado, el mismo utiliza herramientas estadísticas luego de haber definido distintas variables que influyen en la transparencia y finalmente clasifican a cada empresa de acuerdo a su nivel de transparencia en RSC. Sin embargo, solo se centra en la responsabilidad social corporativa y la influencia que tiene la identidad del accionista, no en una medición del nivel de transparencia.

2.3.6. Modelo Informe de Transparencia Voluntaria en la web de las Universidades Españolas

El informe de Transparencia Voluntaria en la web de las Universidades es llevado a cabo anualmente en España por la Fundación Compromiso y Transparencia, que se constituyó en el año 2007 por un grupo de profesionales con experiencia en el sector empresarial, académico y sin fines de lucro para impulsar el buen gobierno, la transparencia, la rendición de cuentas y el impacto social de las instituciones. Este informe tiene como función principal medir el grado de acceso a la información que las universidades ofrecen a

sus grupos de interés, examina la transparencia voluntaria en la web de las 49 universidades públicas y 26 universidades privadas españolas, basándose en 27 indicadores (ver Tabla 4) que se rigen bajos los siguientes principios:

- **Visibilidad:** la información debe captarse de manera sencilla por estar situada en un lugar visible en las páginas webs.
- **Accesibilidad:** la información debe obtenerse sin necesidad de un permiso o registro.
- **Actualidad:** la información debe estar actualizada.
- **Integralidad:** la información sobre los contenidos deber ser completa.

En cuanto al proceso que se lleva a cabo para realizar el informe, en primer lugar se seleccionan las universidades públicas y privadas que están publicadas en el portal de la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE), luego se seleccionan los contenidos informativos (indicadores) teniendo en cuenta las circunstancias del sector y que sean relevantes para los principales grupos de interés, posterior a ello, se procede a analizar las webs de las organizaciones y se elaborará el informe con los resultados, las conclusiones y las recomendaciones, el cual una vez terminado se procede a su difusión a través de los diferentes canales de la Fundación Compromiso y Transparencia (portal web y redes sociales) así como en medios de comunicación.

Como parte del presente modelo se categoriza el grado de transparencia de las universidades españolas en tres categorías: Transparentes, este grupo lo integran aquellas universidades que cumplen al menos 20 de los 27 indicadores de transparencia; Translúcidas, este grupo está formado por aquellas universidades que cumplen al menos 15 de los 27 indicadores de transparencia; y Opacas, este grupo está formado por aquellas universidades que cumplen menos de 15 indicadores de los evaluados. (Fundación Compromiso y Transparencia, 2016).

Tabla 4

Indicadores de Información

Indicadores de Información:
Misión: Publica su misión.
Plan estratégico: Publica las líneas generales de su plan estratégico.
Personal: Publica el número de personal contratado por categorías.
Bandas salariales: Publica las bandas salariales de cada categoría.
Gobierno: Publica la composición de sus órganos de gobierno –nombre completo y responsabilidades-.
Estatutos: Publica sus estatutos.
Reuniones: Las universidades públicas publican los acuerdos adoptados por el consejo de gobierno y del consejo social y las universidades privadas publican el número y fecha de las reuniones de su órgano de gobierno.
Titulaciones: Publica la oferta de títulos reglados y propios por ramas, campus y centros.
Oferta y demanda: Publica el número de solicitudes de matrícula demandadas en relación con las plazas ofertadas.
Evolución de la demanda: Publica el porcentaje y evolución de la demanda de plazas con respecto al año anterior.
Claustro: Publica el perfil de sus profesores.
Profesores extranjeros: Publica el porcentaje de profesores extranjeros.
Alumnos: Publica el número de alumnos matriculados en cada título y grado.
Canales de comunicación: Publica información sobre los canales de representación y comunicación con los alumnos.
Becas: Publica información sobre la oferta de becas y ayudas.
Presupuesto: Publica el presupuesto detallado y aprobado correspondiente al año en curso.
Estados financieros: Publica el Balance de Situación y la Cuenta de Pérdidas y Ganancias.
Memoria de cuentas: Publica la memoria explicativa de las cuentas generales.
Auditoría: Publicará el informe de la auditoría externa de sus cuentas.
Ingresos: Publica información desglosada de sus ingresos
Gastos: Publica información desglosada de sus gastos.
Investigación: Publica los principales resultados relacionados con la labor investigadora.
Resultados académicos: Publica datos sobre el rendimiento académico de sus alumnos.
Satisfacción: Publica los índices de satisfacción de los alumnos con la universidad.
Rankings: Publica su posición en los principales rankings internacionales.
Alumnos de fuera: Publica el número y porcentaje de alumnos de fuera de la comunidad y los extranjeros.
Empleabilidad: Publica el porcentaje de inserción laboral de sus graduados.

Nota. Adaptado de “Informe de transparencia voluntaria en la web de las universidades españolas 2016” por Cavanna & Barrio, 2016

La finalidad principal del informe del Informe de Transparencia de las Universidades es impulsar la transparencia en los portales web de las universidades y desarrollar de ese

modo un conjunto de áreas e indicadores comunes a partir de los cuales las universidades podrán ir enriqueciendo su rendición de cuentas e información a sus grupos de interés, contribuyendo a reforzar la confianza y apoyo de la sociedad en estas instituciones. Si las universidades no comparten un lenguaje común, es difícil que puedan llevarse a cabo comparaciones sobre sus respectivos desempeños y que se pueda impulsar una sana emulación entre las mismas (Cavanna & Barrio, 2016).

En todos estos años de publicación del informe de transparencia de las universidades españolas, su evolución ha sido positiva, consiguiendo que 26 universidades públicas de un universo de 49 cumplan el 75% del total de los indicadores del informe considerándose Transparentes; en cuanto a las universidades privadas, si bien al inicio del informe el total de universidades privadas eran Opacas, solo tres han logrado clasificarse como Transparentes en su última edición, siete universidades privadas están dentro del grupo de Translúcidas y las 16 restantes continúan estando en la categoría de Opacas, teniendo aun bastante trabajo que realizar en estas casas de estudio.

En conclusión, el presente modelo del Informe de transparencia voluntaria en la web de las universidades españolas 2016 es uno de los que mejor se adaptan a la finalidad de la presente tesis por tener un enfoque especializado en la Universidades en cuanto a la transparencia de información que estas deben presentar no solo para su rendición de cuentas sino para la generación de confianza ante la sociedad y especialmente de sus grupos de interés.

2.4. Resumen

De la revisión de la literatura podemos concluir que existe un gran interés de parte de los países y sus representantes porque sus organizaciones sean transparentes, y ésta misma buena práctica desean que sea replicada en las organizaciones del sector privado, por ello surge la necesidad de parte de los grupos de interés por contar con información idónea para

poder realizar toma de decisiones y que en conjunto resulta ser beneficioso para todas las partes, ya que en tiempos actuales un índice de transparencia es percibido como un valor agregado.

En ese sentido, se concluyó que las principales empresas vienen desarrollando estándares de gobierno y transparencia corporativa, adaptas o compiladas a la normativa de cada país, definiendo la transparencia corporativa como la capacidad de las organizaciones para dar a conocer información, datos, documentos, políticas y procesos que influyan en la toma de decisiones de sus grupos de interés acorde a las normativas vigentes del estado.

Con el objetivo de medir la transparencia corporativa en el sector de las Universidades Privadas del Perú en la presente investigación, se adaptaron tanto el informe de Transparencia Voluntaria en la web de Universidades Españolas y el Modelo de Inteligencia de Negocios (IdN Inteligencia de Negocios & KPMG, 2012), los cuales se adecuaron al fin que conlleva la presente investigación.

Capítulo III: Metodología

La presente investigación tiene un propósito descriptivo con un enfoque cuantitativo, debido a que se adaptaron dos modelos, el primero es el Modelo de Transparencia Voluntaria en la web de las Universidades Españolas (Cavanna & Barrio, 2016) y el Modelo de Inteligencia de Negocios (IdN Inteligencia de Negocios & KPMG, 2012), acorde con la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Ley N° 27806, 2002)., y Ley Universitaria (Ley N°30220, Art N° 11, 2017). Posterior a ello se tiene la definición de ocho pilares, los cuales están compuestos por 42 indicadores, que son validados mediante un juicio de expertos. Se busca tener un instrumento de medición de transparencia en las Universidades Privadas del Perú, que pueda mostrar información corporativa de manera transparente, dado que, no se ha identificado la aplicación de un instrumento de medición del nivel de transparencia.

3.1. Diseño de la Investigación

Según Hernández, Fernández & Baptista (2014) el enfoque cuantitativo acota intencionalmente la información, midiendo con precisión la variable que se está estudiando. Una investigación cuantitativa puede a su vez desarrollarse con un diseño experimental o uno no experimental. Para efectos de la presente investigación, no se manipulará ninguna variable, por lo cual podemos concluir, que el diseño será considerado no experimental. Por lo tanto, el presente estudio tiene un enfoque cuantitativo y descriptivo y tiene como unidad de análisis a las prácticas de transparencia corporativa en las Universidades Privadas del Perú. La unidad de observación se debe a la intención de dar respuesta a los indicadores del modelo, considerando a la población de las Universidades Privadas del Perú. El tipo de muestreo es probabilístico estratificado, no aleatorio, determinado por conveniencia.

3.2. Conveniencia del Diseño

En la actualidad las empresas más grandes del mundo se encuentran en la bolsa de valores por lo cual están obligadas a entregar una gran cantidad de información, dado que se les exige altos índices de transparencia corporativa. Esta condición genera un clima de confianza y estabilidad para las empresas y sus grupos de interés. En el caso del Perú, son pocos los estudios realizados referente a la Transparencia Corporativa, lo cual conlleva a tener riesgo de corrupción. En ese sentido, se tiene la necesidad de regular los niveles de transparencia corporativa, para asegurar que los grupos de interés estén fiscalizando a las empresas, en este caso a las Universidades Privadas del Perú.

La medición de la transparencia corporativa no es una actividad común, por tal motivo se encuentran pocos estudios sobre el tema, por lo cual es necesario revisar diversos modelos que se encuentran en la literatura, y a partir de ello, adaptarlos a cada sector o industria, ejecutando de manera continua para poder obtener resultados que puedan ayudar a tomar acciones preventivas respecto de cada indicador. En ese sentido, y considerando la propuesta del Modelo Transparencia Voluntaria en la web de las Universidades Españolas (Cavanna & Barrio, 2016) y el Modelo de Inteligencia de Negocios (IdN Inteligencia de Negocios & KPMG, 2012), en la presente investigación para analizar la Transparencia Corporativa en las Universidades Privadas del Perú, se propone ocho pilares: (1) Gobierno Corporativo, (2) Información al Postulante y Estudiante, (3) Plana Docente, (4) Satisfacción y Reconocimientos, (5) Investigación, (6) Titulación y Convalidaciones, (7) Información Financiera, y (8) Bienestar y Responsabilidad Social.

Estos ocho pilares que agrupan 42 indicadores, permiten orientar a las Universidades Privadas del Perú alcanzar niveles aceptados internacionalmente de transparencia corporativa, considerando que la educación es parte de un enfoque holístico de desarrollo nacional. Para

implementar el modelo, se debe contar con acceso de información de las instituciones, temas sociales, económicos, técnicos y medioambientales.

3.3. Población y Muestra

La unidad de análisis son las Universidades Privadas del Perú, entre ellas se distinguen por su estado de licenciamiento (Licenciada y No Licenciada) así mismo por su régimen (Asociativa y Societaria), por lo cual se conforma una muestra estratificada. (Ver Tabla 5). En la presente investigación se evaluará las universidades inscritas en SUNEDU, se realizará una muestra representativa en base a la información indicada en el apéndice A. El modelo mide el contenido correspondiente del portal web de cada universidad, considerando si se cumple con los requisitos para tener una transparencia corporativa conforme al modelo. La SUNEDU reporta a octubre de 2018 la siguiente información como se muestra en la Tabla 5.

Tabla 5

Cantidad de Universidades Privadas del Perú según régimen

Régimen	Licenciada	No Licenciada	
Universidades Privadas Asociativas	24	17	
Universidades Privadas Societaria	9	45	
Total	33	62	95

La fórmula utilizada para el cálculo del tamaño muestral es la siguiente:

Dónde:

- N = Total de la población
- $Z_{\alpha} = 1.96$ al cuadrado (corresponde a un nivel de confianza del 95%)
- p = proporción esperada (se asumió máxima dispersión de las proporciones poblacionales, de manera que $p = 0.5$)
- $q = 1 - p = 0.5$
- d = precisión o margen de error = +/- 5%.

3.4. Consentimiento Informado

El presente trabajo de investigación requirió realizar reuniones individuales a un grupo de expertos en el campo de educación superior, para lo cual se requirió solicitar una autorización escrita por parte del entrevistado, para este caso será una carta de consentimiento informado (Apéndice D) para cada uno de los participantes de este estudio, en esta carta se expondrá la finalidad que conlleva el estudio a realizarse. Se detallará en qué consiste su participación y el tiempo estimado de la entrevista, así mismo se le hará hincapié que su participación es completamente voluntaria, y que los resultados serían publicados anónimamente.

3.5. Instrumento de Investigación

El instrumento de medición es una adaptación del Informe de Transparencia Voluntaria en la web de las Universidades Españolas (Cavanna & Barrio, 2016) y el Modelo de Inteligencia de Negocios (IdN Inteligencia de Negocios & KPMG, 2012) en el que se validan ocho pilares: (1) Gobierno Corporativo, (2) Información al Postulante y Estudiante, (3) Plana Docente, (4) Satisfacción y Reconocimientos, (5) Investigación, (6) Titulación y Convalidaciones, (7) Información Financiera, y (8) Bienestar y Responsabilidad Social para medir el índice de Transparencia Corporativa, en las Universidades Privadas del Perú. Los indicadores que se está tratando de medir en el modelo adaptado, determinan el índice de transparencia corporativa que se obtiene por la publicación de la información de los 42 indicadores en sus portales web. El modelo a utilizar no contiene ningún sesgo ni tendencia de los investigadores debido a que la medición es binaria y objetiva de esta forma el investigador coloca solamente datos más no opiniones personales.

3.6. Recolección de Datos

Para la investigación cuantitativa elegida, de un universo de 95 universidades, se tomó una muestra de 76 Universidades Privadas del Perú (ver Anexo A) donde se busca medir los

42 indicadores, distribuidos en ocho pilares, propuestos en el modelo comentado en el acápite anterior sobre transparencia corporativa. En el presente estudio, la observación está enfocada en recolectar información de fuentes secundarias (portales web) en cuanto a modelos que sean adaptables a la realidad nacional, así como la data que proporcionan cada una de las Universidades Privadas del Perú que conforman la muestra y población, a través de sus plataformas virtuales concernientes a la transparencia de información de valor agregado para sus grupos de interés.

3.7. Análisis de Datos

La técnica a utilizar consiste en contrastar la información publicada en el portal web de cada Universidad, referente a transparencia con el modelo mencionado en el capítulo 2, para luego realizar el análisis, procesamiento e interpretación de la información. Así también los datos recopilados fueron introducidos en el programa Excel que permite consolidar datos, y ser comparados, esto quiere decir que hubo una comparación de los resultados de los ocho pilares evaluados en el modelo de transparencia corporativa.

3.8. Validez y Confiabilidad

3.8.1. Desarrollo de Juicio de Expertos

“El juicio de expertos se define como una opinión informada de personas con trayectoria en el tema, que son reconocidas por otros como expertos cualificados en éste, y que pueden dar información, evidencia, juicios y valoraciones” (Escobar & Cuervo, 2008, p.29). Tras la ausencia de un modelo estandarizado y validado de transparencia corporativa en las universidades privadas, se recurrió al juicio de expertos para validar: (a) las variables consideradas, y (b) las ponderaciones para cada indicador propuesto.

Con respecto a las técnicas para recabar información, si bien existen diversos métodos para obtener la opinión de los expertos, en la presente investigación se vio por conveniente recolectar la información a través del método individual, con la finalidad de tener una opinión

fidedigna, y por la poca facilidad de mantener un foro de juicios grupales, recabando de forma independiente el juicio de cada experto sin que los mismos estén en contacto, contando con opiniones analizadas al detalle y evitando los sesgos de la información a validar. En cuanto al número de jueces las opiniones son diversas, según lo indicado por Cabero & Llorente (2013), la selección de los jueces depende tanto del objeto a evaluar como de los objetivos que persigan el evaluador y la facilidad de acceso a los expertos que se disponga.

Corral de Franco (2009), indicó que en el método de agregados individuales se seleccionan al menos tres expertos o jueces, para juzgar de manera independiente la relevancia y congruencia de los reactivos con el contenido teórico, la claridad en la redacción y el sesgo o tendenciosidad en la formulación de los ítems. En ese sentido, se solicitó el juicio de ocho expertos ante los escasos estudios e información del tema de la investigación Transparencia Corporativa en las Universidades Privadas del Perú, delimitando el perfil de los jueces con grado académico de Doctores y/o Magísteres con más de diez años de experiencia en el sector de la educación superior.

3.8.2. Validación del Instrumento

Al emplear el Juicio de Expertos como parte de la validación del modelo (ver Tabla 6), se tomaron a ocho expertos, los cuales tienen vasto conocimiento sobre el tema, para lo cual se enviaron cartas de presentación (Apéndice B), las cuales fueron acompañadas de una descripción sobre la investigación a realizar, y el objetivo que se tenía al consultarlo, así como documentos que se utilizaran en la investigación, como la Ley Universitaria (Ley N°30220, Art N° 11, 2017), Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Ley N° 27806, 2002), Informe de Transparencia Voluntaria publicada en el portal web de las Universidades Españolas (Cavanna & Barrio, 2016) y Modelo de Inteligencia de Negocios (IdN Inteligencia de Negocios & KPMG, 2012).

En la aplicación Juicio de Expertos se tuvo a cargo dos sesiones, en la primera sesión se visitó a cada uno de los expertos, previa cita. En base a la información brindada por cada uno de los expertos, se tuvo una recopilación de información, y datos mediante los cuales se pudo determinar los pilares e indicadores del modelo, de acuerdo a la realidad nacional, adaptado del Informe de Transparencia Voluntaria en la web de las Universidades Españolas (Cavanna & Barrio, 2016), Modelo de Inteligencia de Negocios (IdN Inteligencia de Negocios & KPMG, 2012), Ley Universitaria (Ley N°30220, Art N° 11, 2017) y Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Ley N° 27806, 2002). Una vez validados los pilares e indicadores se procedieron a la segunda sesión, donde se identificó el peso de las variables a través de la encuesta para ponderación (Apéndice C).

Tabla 6

Método de Validación de Juicio Expertos

Objetivos de la validación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificación y validación de variables (independientes y dependientes) del Modelo de Transparencia Corporativa en el sector de Educación Privada del Perú, basada en la Ley Universitaria (Ley N°30220, Art N° 11, 2017), Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Ley N° 27806, 2002), con el Informe de Transparencia Voluntaria en las Universidades Españolas y Modelo de Inteligencia de Negocios. 2. Ponderación variables del Modelo de Transparencia Corporativa en el sector de Educación Privada del Perú, basada en la Ley Universitaria (Ley N°30220, Art N° 11, 2017) y Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Ley N° 27806, 2002), con el Informe de Transparencia Voluntaria en las Universidades Españolas y Modelo de Inteligencia de Negocios.
Expertos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ocho expertos de grado académico Doctor y/o Magister que cuentan con una experiencia superior a 10 años en el sector de educación superior, tanto docentes, directivos e investigadores.
Modo de validación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Método individual mediante el cual se obtiene la información de cada uno de los expertos sin que los mismos estén en contacto.

En cuanto al modelo de medición del índice de Transparencia Corporativa, se valida la información (ver Tabla 7), en la cual se pueden definir los pilares (variables dependientes), los cuales tienen indicadores (variables independientes) de acuerdo a la importancia del pilar, luego se tiene una ponderación de acuerdo a la validación de juicio de expertos. El conteo se

establece entre uno y cero, siendo uno que, si publica el respectivo indicador y cero que no lo publica, como medida de transparencia.

Tabla 7

Modelo de Medición de Índice de Transparencia en Educación Superior Privadas

Pilar	Número de Indicador	%	Conteo
1. Gobierno Corporativo	6	14.29%	Publicado: 0 No publicado: 6
2. Información al Postulante y estudiante	13	30.95%	Publicado: 0 No publicado: 13
3. Plana Docente y Administrativa	5	11.90%	Publicado: 0 No publicado: 5
4. Satisfacción y Reconocimientos	5	11.90%	Publicado: 0 No publicado: 5
5. Investigación	4	9.52%	Publicado: 0 No publicado: 4
6. Titulación y Convalidaciones	3	7.14%	Publicado: 0 No publicado: 3
7. Información Financiera	3	7.14%	Publicado: 0 No publicado: 3
8. Bienestar y Responsabilidad Social	3	7.14%	Publicado: 0 No publicado: 3
Total	42	100%	Publicado: 0 No Publicado: 42

En cuanto a los pilares e indicadores definidos se detallan:

Gobierno Corporativo. Los indicadores definidos en Gobierno Corporativo orientado a las Universidades Privadas del Perú son:

- Antecedentes o Historia
- Misión, visión
- Valores
- Publicación de Estatuto
- Publicación de Autoridades
- Pública las líneas generales de su plan estratégico.

Información al Postulante y Estudiante. Los indicadores definidos en Información al Postulante y Estudiante orientado a las Universidades Privadas del Perú son:

- Publicación de Reglamento Universitario
- Publicación de Reglamento de Admisión
- Publicación de Calendario de Admisión
- Publicación de Documentación para Admisión
- Publicación de Temario de Admisión
- Publicación de tarifario para postulante
- Publicación de tarifario para estudiante
- Publicación de cantidad de postulantes, ingresantes y matriculados por año
- Publicación de postulantes por modalidades
- Publicación de cantidad alumnos matriculados por facultad y programa profesional
- Publicación de cantidad de alumnos egresados
- Publicación de malla curricular de todos los programas de estudios
- Publicación de la evolución de demanda de postulantes por escuela profesional del año anterior.

Plana Docente. Los indicadores definidos en Plana Docente orientado a las

Universidades Privadas del Perú son:

- Publicación de hoja de vida de docentes
- Publicación de vacantes y fechas de concurso para selección de docentes
- Publicación de docentes investigadores
- Publicación de categorización de docentes y
- Publica remuneraciones y/o bandas salariales de cada categoría.

Satisfacción y Reconocimiento. Los indicadores definidos en Satisfacción y

Reconocimiento orientado a las Universidades Privadas del Perú son:

- Publica estado de Licenciamiento Institucional (SUNEDU)

- Publica los índices de satisfacción de los alumnos
- Publica su posición en rankings y distinciones nacionales y/o internacionales
- Dispone de Libro de Reclamaciones Virtual
- Publicación sobre convenios nacionales y/o Internacionales.

Investigación. Los indicadores definidos en Investigación orientado a las Universidades Privadas del Perú son:

- Publicación de listado de proyectos de investigación
- Publicación de presupuesto para proyectos de investigación
- Publica los principales resultados relacionados con la labor investigadora
- Publicación de bases o reglamentos de concursos para proyectos de investigación.

Titulación y Convalidaciones. Los indicadores definidos en Titulación y Convalidaciones orientado a las Universidades Privadas del Perú son:

- Publicación de Reglamento de Grados y Títulos
- Publicación de requisitos para convalidaciones
- Publicación requisitos para procesos de sustentación y titulación

Información Financiera. Los indicadores definidos en Información Financiera orientado a las Universidades Privadas del Perú son:

- Publicación de Estados Financieros al ejercicio contable anterior
- Publicación de Presupuesto Anual o reinversión
- Publicación de Informe sobre ejecución de Presupuesto Anual o reinversión.

Bienestar y Responsabilidad Social. Los indicadores definidos en Bienestar y Responsabilidad Social orientado a las Universidades Privadas del Perú son:

- Publicación de becas
- Publicación de ambientes o espacios destinados a brindar servicios sociales

- Publicación de proyectos de Responsabilidad Social.

Estos 42 indicadores agrupados en ocho pilares, cumplen con las especificaciones solicitadas por la SUNEDU. Cada pilar, se ponderó de acuerdo al resultado de Juicio de Expertos, de tal modo que estos ponderados fueron ajustados para la medición del ITC (Índice de Transparencia Corporativa), como se muestra a continuación:

$$\text{ITC} = \frac{m}{n} i$$

Donde:

“m” es el número de indicadores hallados en el pilar i y

“n” es el total de indicadores del pilar i, siendo i, el ponderador del pilar i.

Los ponderadores establecidos para la construcción del ITC fueron:

- Gobierno Corporativo [gc]: 14.29%
- Información al postulante y estudiante [ipe]: 30.95%
- Plana docente y administrativa [pda]: 11.90%
- Satisfacción y Reconocimientos [sr]: 11.90%
- Investigación [i]: 9.52%
- Titulación y Convalidaciones [tc]: 7.14%
- Información Financiera [if]: 7.14%
- Bienestar y Responsabilidad Social [brs]: 7.14%

Tal que:

$$\text{ITC} = gc*14.29\% + ipe*30.95\% + pda*11.90\% + sr*11.90\% + i*9.52\% + tc*7.14\% + if*7.14\% + brs*7.14\%$$

Determinado el ITC se procederá a categorizar el grado de transparencia de las universidades según la cantidad de indicadores publicados, esta categorización se presentará tipo semáforo en las que se distinguen:

- **Transparentes (verde):** Este grupo lo integran aquellas universidades que cumplen al menos 36 de los 42 indicadores de transparencia.
- **Translúcidas (amarillo):** Este grupo está formado por aquellas universidades que cumplen entre 25 y 35 indicadores de transparencia.
- **Opacas (rojo):** Este grupo está formado por aquellas universidades que cumplen menos de 25 indicadores.

La categorización realizada está adaptada del informe de Transparencia Voluntaria en la web de las Universidades Españolas (Cavanna & Barrio, 2016)

3.9. Resumen

En este capítulo se define el modelo a realizar en la presente investigación, el cual consta de variables dependientes e independientes, agrupadas por ocho pilares que contienen 42 indicadores. En ese sentido, mediante la validación de Juicio de Expertos, se tiene la identificación y ponderación de variables sobre la fórmula del ITC. Luego, se validó el instrumento, el cual fue utilizado para la recolección de información de la muestra que contiene 76 Universidades Privadas del Perú, y el posterior análisis, procesamiento e interpretación de resultados que se muestran en el capítulo 4.

Capítulo IV: Presentación de Resultados

Este capítulo presenta los resultados obtenidos a partir de la aplicación del modelo de Transparencia Corporativa en las Universidades Privadas del Perú, considerando 42 indicadores agrupados en ocho pilares, sobre información de las universidades privadas. Se presenta el nivel de transparencia corporativa actual aplicado a la muestra seleccionada de las Universidades Privadas del Perú. También se muestra resultados y análisis por cada uno de los pilares, la participación por cada una según el resultado general tipo semáforo (opaco, translucido y transparente). Así como el resultado de nivel de transparencia según su régimen (asociativa y societaria) y estado de licenciamiento (licenciada y no licenciada).

4.1. Presentación de Resultados

De acuerdo a la definición del modelo de medición de transparencia corporativa validado por juicio de expertos y detallado en el capítulo anterior, se procedió con la puesta en práctica del mismo evaluando la muestra obtenida de las 76 universidades privadas de un universo de 95 universidades privadas peruanas. El proceso de selección de la muestra se realizó de manera aleatoria en el cual se consideró 41 universidades societarias y 35 universidades asociativas medidas en 42 indicadores agrupados en ocho grandes pilares.

En cuanto a la ponderación total del índice de transparencia corporativa de las universidades privadas a nivel de los ocho pilares encuentra la participación más alta en el pilar Información al postulante y al estudiante con 30.95% y la menor participación en los pilares Titulaciones y convalidaciones, Información financiera, y Bienestar y responsabilidad social con 7.14% cada una de ellas, como se detalla en la Tabla 8.

De acuerdo al cumplimiento de indicadores, en el resultado obtenido de las universidades privadas peruanas, la participación más alta se encuentra en el pilar información al postulante y estudiante con un 24.62% y en menor participación en el índice en el pilar satisfacción y reconocimiento con 3.13% como se muestra en la Figura 4.

Tabla 8

*Ponderación del Índice de Transparencia Corporativa en las Universidades Peruanas Según**Pilares*

N°	Pilar	N° Indicadores	Ponderación (%)
1	Gobierno Corporativo	456	14.29
2	Información al Postulante y estudiante	988	30.95
3	Plana Docente y Administrativa	380	11.90
4	Satisfacción y Reconocimientos	380	11.90
5	Investigación	304	9.52
6	Titulaciones y Convalidaciones	228	7.14
7	Información Financiera	228	7.14
8	Bienestar y Responsabilidad Social	228	7.14
Total		3,192	100.00

La participación de todos los factores conforma el índice de transparencia corporativa (ITC) en las universidades peruanas alcanzando el 67.89% del valor ideal o utópico en los pilares.

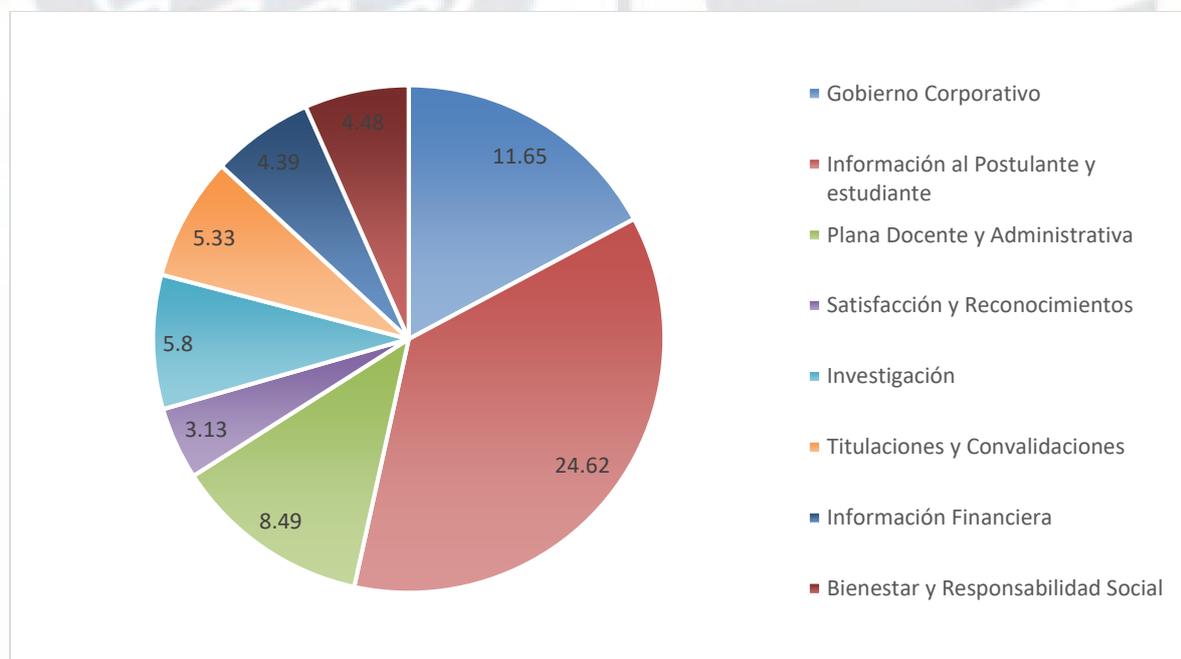


Figura 4. Participación de Pilares en el Índice de Transparencia Corporativa en las Universidades Peruanas. Información dada en porcentaje %.

4.1.1. Nivel de transparencia corporativa en las universidades privadas en el Perú

El nivel de transparencia corporativa se encuentra influenciado por los indicadores que muestran las universidades peruanas y el grado de cumplimiento de ellas en las buenas prácticas que brindan en el desarrollo de sus operaciones y la participación que otorgan en la transparencia corporativa que se encuentran reflejados en cada uno de sus resultados

La presente investigación evaluó la información de las universidades peruanas de acuerdo a los 42 indicadores que conforman los ocho pilares según el peso correspondiente, por lo que se presenta la siguiente Tabla 9 en el que se detalla las cinco universidades con mayor número de indicadores cumplidos y por lo tanto con mayor peso en la participación en la Transparencia Corporativa. En ese sentido, la universidad con el mayor Índice de Transparencia Corporativa (ITC) es la Universidad Femenina del Sagrado Corazón con un total de 95.24% cumpliendo con 40 indicadores de un total de 42 evaluados, seguido de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad ESAN, Universidad Inca Garcilaso de la Vega y Universidad Ricardo Palma; los puntajes de las 76 universidades se presentan en el Apéndice F.

Tabla 9

Ranking Índice de Transparencia Corporativa en las Universidades Peruanas

N°	Universidad	Indicadores Cumplidos	% Transparencia
1	Universidad Femenina Del Sagrado Corazón	40	95.24
2	Pontificia Universidad Católica Del Perú	38	90.48
3	Universidad ESAN	38	90.48
4	Universidad Inca Garcilaso De La Vega	38	90.48
5	Universidad Ricardo Palma	37	88.10

Por otro lado, las universidades con menor índice de Transparencia Corporativa muestran el cumplimiento de tres a 16 indicadores encontrándose en el rango de 7.14% y 38.10% en el índice de Transparencia Corporativa.

Tabla 10

Universidades Peruanas con Menor Índice de Transparencia Corporativa

N°	Universidad	Indicadores	
		Cumplidos	% Transparencia
1	Universidad Privada Telesup	3	7.14
2	Universidad San Andrés	7	16.67
3	Escuela de Postgrado San Francisco Xavier Escuela de Negocios S.A.C.	12	28.57
4	Universidad Científica Del Perú	13	30.95
5	Universidad Peruana Cayetano Heredia	16	38.10

4.1.2. Resultados de los indicadores de medición y grado de importancia mostrados en los portales web de las Universidades Privadas del Perú.

De los 42 indicadores consolidados en los ocho pilares que mantienen distinta ponderación validada como se detalló anteriormente, los cumplimientos de los indicadores a nivel de pilares reflejan mayor cumplimiento en el pilar de Gobierno Corporativo con 81.58% de cumplimiento, seguido de información al postulante y estudiante con 79.55% de cumplimiento, y titulaciones y convalidaciones con 74.56% de cumplimiento. Los pilares con menor nivel de cumplimiento son satisfacción y reconocimiento sólo con 26.32% de cumplimiento, investigación con 60.86% e información financiera con 61.40% de cumplimiento, como se muestra en la Figura 5.

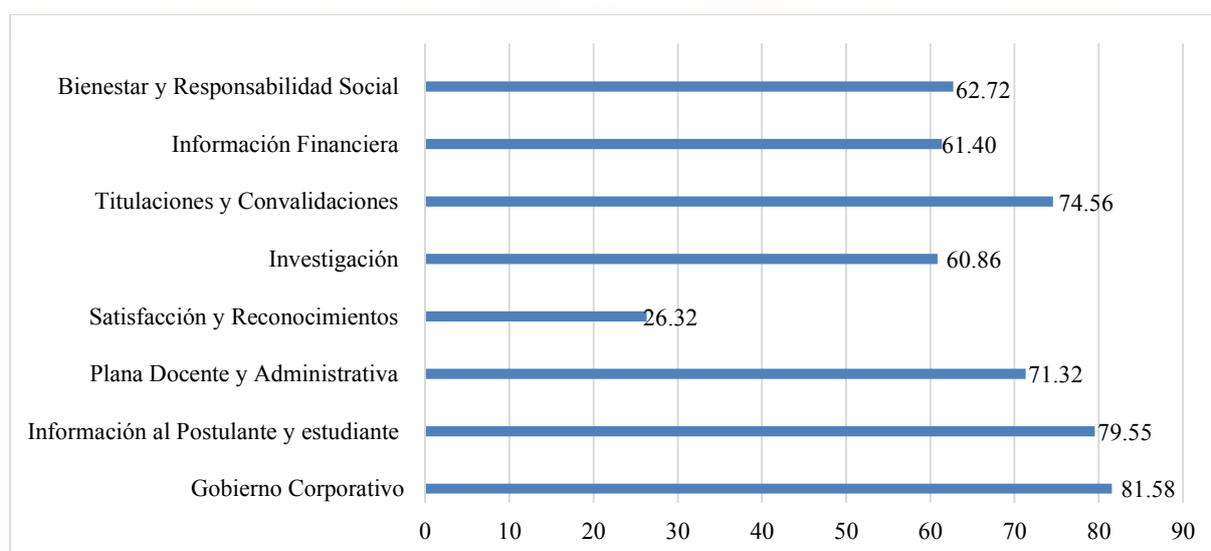


Figura 5. Nivel de Cumplimiento en el Índice de Transparencia Corporativa según Pilares

Cabe resaltar que, según el resultado general de la composición del Índice de Transparencia Corporativa, los pilares con mayor participación son información al postulante y estudiante; gobierno corporativo; plana docente y administrativa totalizando una participación de 44.76%, no siendo aquellos los que muestran mayor nivel de cumplimiento.

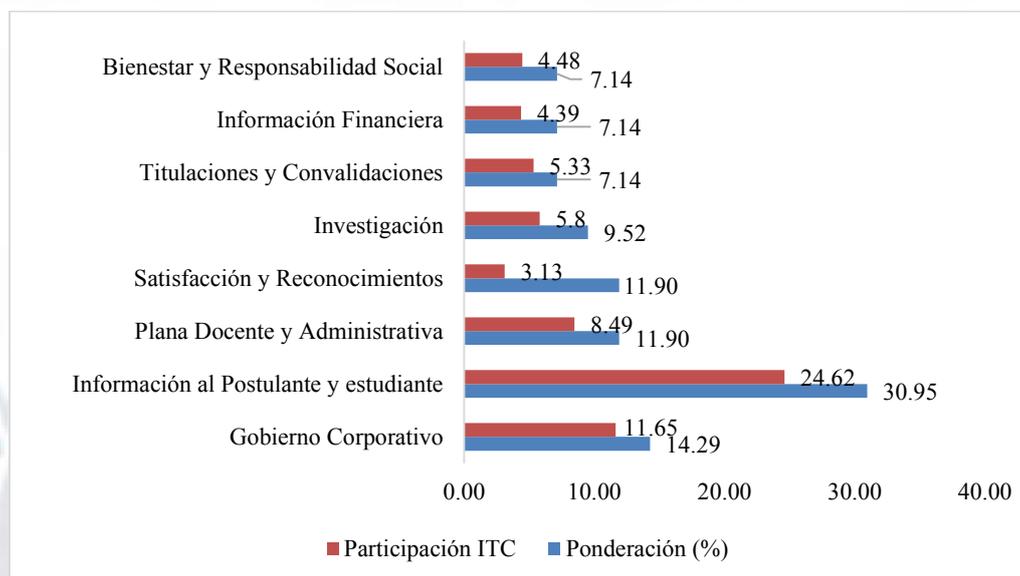


Figura 6. Participación en el Índice de Transparencia Corporativa por pilar en las Universidades Peruanas

La expectativa de la utilización del modelo es que en las Universidades Privadas del Perú pueda medirse el grado de Transparencia Corporativa en cuanto a la información que ofrecen sus plataformas virtuales al público en general, el cumplimiento de las variables propuestas es importante para alcanzar el objetivo, por lo que en la presente investigación se encontró que actualmente hay indicadores en los cuales gran parte de las universidades muestran un alto grado de cumplimiento como se aprecia en la Figura 7, en el que se destaca que el 97.4% de la universidades mantienen su visión y misión definidas en su portal institucional, destacando que no siempre se encuentran bien estructuradas ya que la evaluación de las variables es nivel cuantitativo y no cualitativo. Seguido de otros indicadores con mayor cumplimiento en las universidades peruanas se encuentran publicaciones de reglamento universitario, publicaciones de reglamento de grados y títulos,

publicación de reglamento de admisión y publicación de malla curricular de todos los programas de estudio.

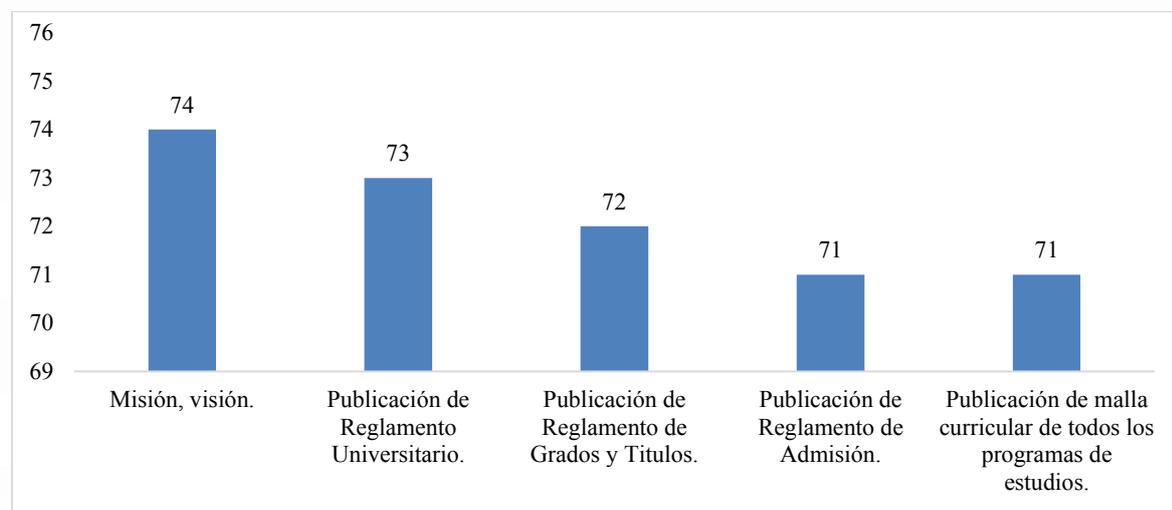


Figura 7. Número de Universidades Peruanas con mayor grado de cumplimiento según indicadores

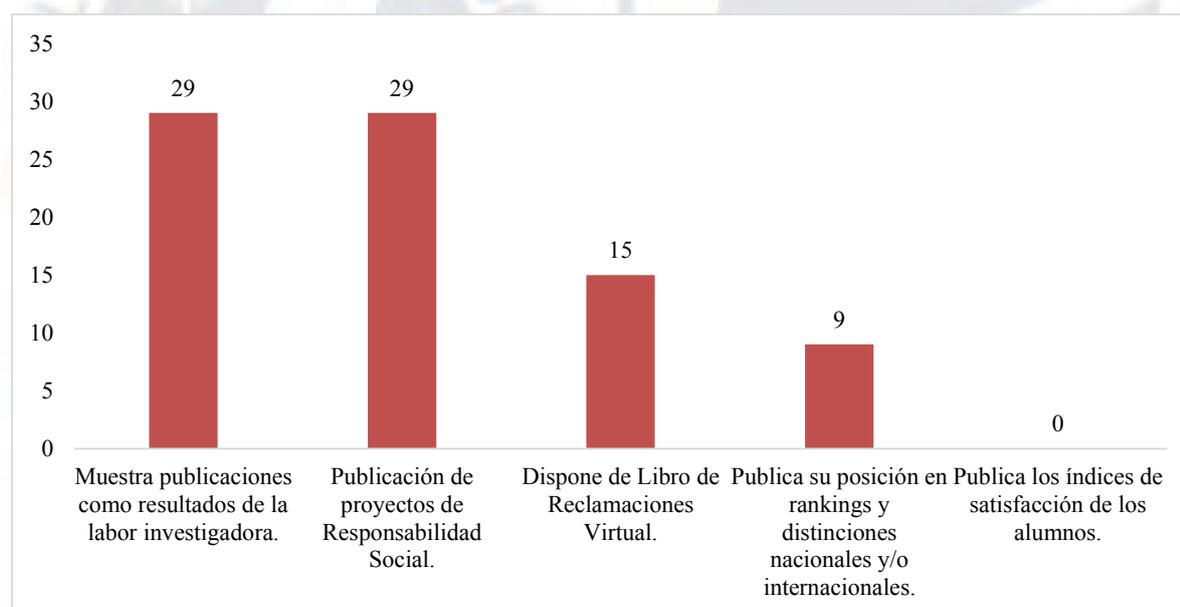


Figura 8. Número de Universidades Peruanas con menor grado de cumplimiento según indicadores

Por otro lado, existen indicadores con menor grado de cumplimiento de las universidades peruanas inclusive nulo, como se aprecia en la Figura 8, siendo una gran oportunidad de desarrollo por parte de las universidades disponer de un libro de reclamaciones virtual para atender las observaciones o quejas que posean los usuarios, así

como dar a conocer las distinciones o lugar en los distintos rankings universitarios y empezar a publicar los índices de satisfacción de sus alumnos, siendo de gran aporte al público en general para conocer la percepción que tienen los estudiantes de los servicios que brindan las casas de estudios superiores privados donde en nuestro país es nulo.

De acuerdo al modelo aplicado se obtuvieron resultados por pilares, muestra que: el pilar Gobierno Corporativo incluye seis indicadores que detallan la información en Antecedentes o historia, Misión y visión, Publicación de estatuto, Publicación de autoridades, Publicación del Plan Estratégicos, puntos de referencia de las universidades privadas (ver Tabla 11). La Figura 9 muestra el número de cumplimientos y no cumplimientos de las universidades privadas en cada uno de los seis indicadores del pilar Gobierno Corporativo, en el cual 74 universidades anuncian su visión y misión como presentación de la institución.

Tabla 11

Resultados en el Pilar Gobierno Corporativo

Ítem	Indicador	Número de Indicadores cumplidos	Número de Indicadores no cumplidos
1	Antecedentes o Historia.	53	23
2	Misión, visión.	74	2
3	Valores.	47	29
4	Publicación de Estatuto.	68	8
5	Publicación de Autoridades.	66	10
6	Publica las líneas generales de su Plan Estratégico.	64	12

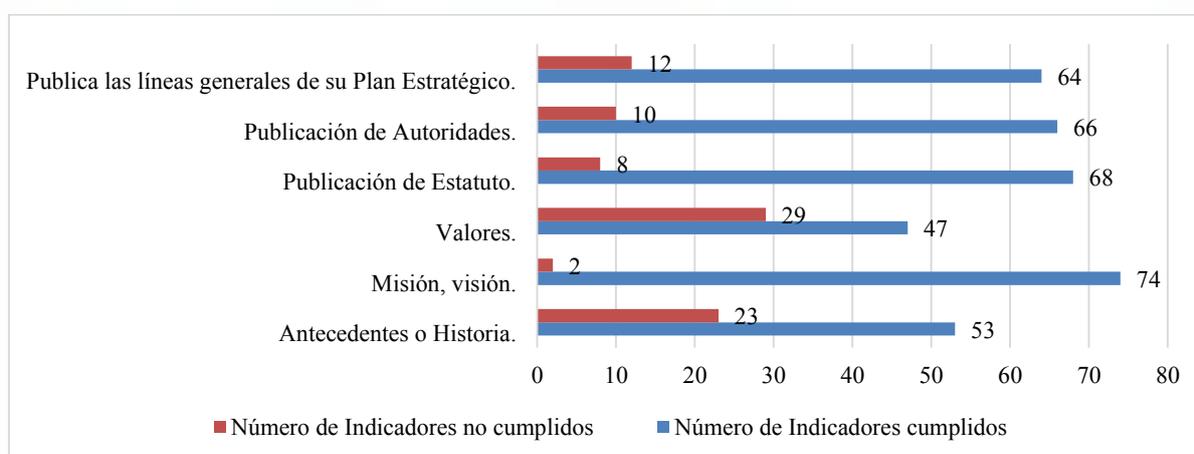


Figura 9. Indicadores cumplidos y no cumplidos del Pilar Gobierno Corporativo.

El pilar Información al postulante y estudiante incluye la mayor cantidad de indicadores (13) entre los que se encuentran: Publicación de Reglamento Universitario, Publicación de Reglamento de Admisión, Publicación de Calendario de Admisión, Publicación de Documentación para Admisión, Publicación de Temario de Admisión, Publicación de tarifario para postulantes, Publicación de tarifario para estudiantes, Publicación de cantidad de postulantes, ingresantes y matriculados por año, Publicación de cantidad postulantes por modalidades, Publicación de cantidad alumnos matriculados por facultad y programa profesional, Publicación de cantidad de alumnos egresados, Publicación de malla curricular de todos los programas de estudios, Publicación de la evolución de demanda de postulantes por escuela profesional del año anterior (ver Tabla 12).

Tabla 12

Resultados en el Pilar Información al postulante y estudiante

Ítem	Indicador	Número de Indicadores cumplidos	Número de Indicadores no cumplidos
1	Publicación de Reglamento Universitario.	73	3
2	Publicación de Reglamento de Admisión.	71	5
3	Publicación de Calendario de Admisión.	63	13
4	Publicación de Documentación para Admisión.	68	8
5	Publicación de Temario de Admisión.	57	19
6	Publicación de tarifario para postulantes.	62	14
7	Publicación de tarifario para estudiantes.	68	8
8	Publicación de cantidad de postulantes, ingresantes y matriculados por año.	57	19
9	Publicación de cantidad postulantes por modalidades.	57	19
10	Publicación de cantidad alumnos matriculados por facultad y programa profesional.	63	13
11	Publicación de cantidad de alumnos egresados.	44	32
12	Publicación de malla curricular de todos los programas de estudios.	71	5
13	Publicación de la evolución de demanda de postulantes por escuela profesional del año anterior.	32	44

La Figura 10 muestra el número de cumplimientos y no cumplimientos en los 13 indicadores, siendo el indicador Publicación del Reglamento Universitario el que más cumplimiento

alcanza por 73 universidades privadas y el de mayor número de indicadores no cumplidos el de evolución de la demanda de postulantes.

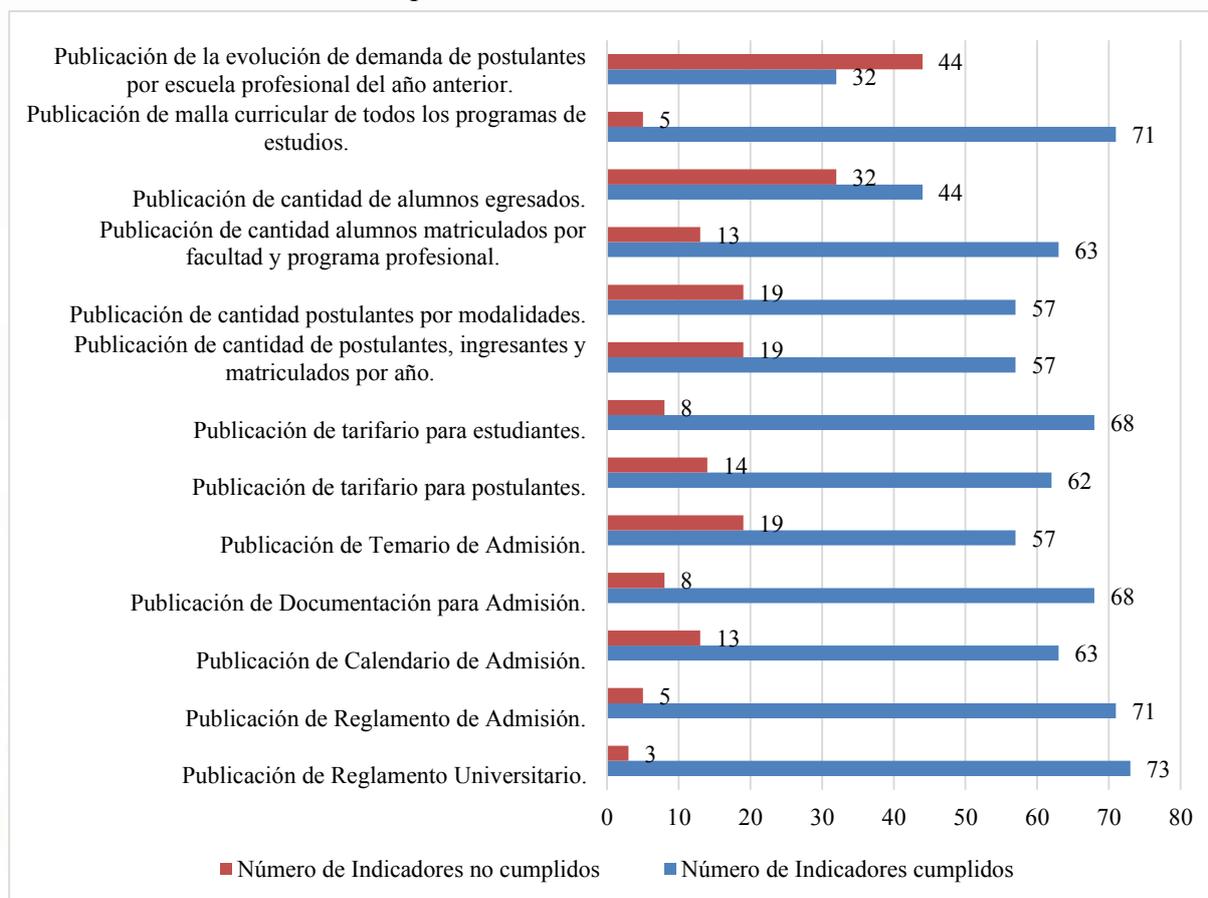


Figura 10. Indicadores cumplidos y no cumplidos del Pilar Información al estudiante y postulante.

Tabla 13

Resultados en el Pilar Plana docente y administrativa

Ítem	Indicador	Número de Indicadores cumplidos	Número de Indicadores no cumplidos
1	Publicación de hoja de vida de docentes.	63	13
2	Publicación de vacantes y fechas de concurso para selección de docentes.	51	25
3	Publicación de docentes investigadores.	50	26
4	Publicación de categorización de docentes.	60	16
5	Publica remuneraciones y/o bandas salariales de cada categoría.	47	29

El pilar Satisfacción y Reconocimientos incluye cinco indicadores: Publicación estado de Licenciamiento Institucional (SUNEDU), Publica los índices de satisfacción de los

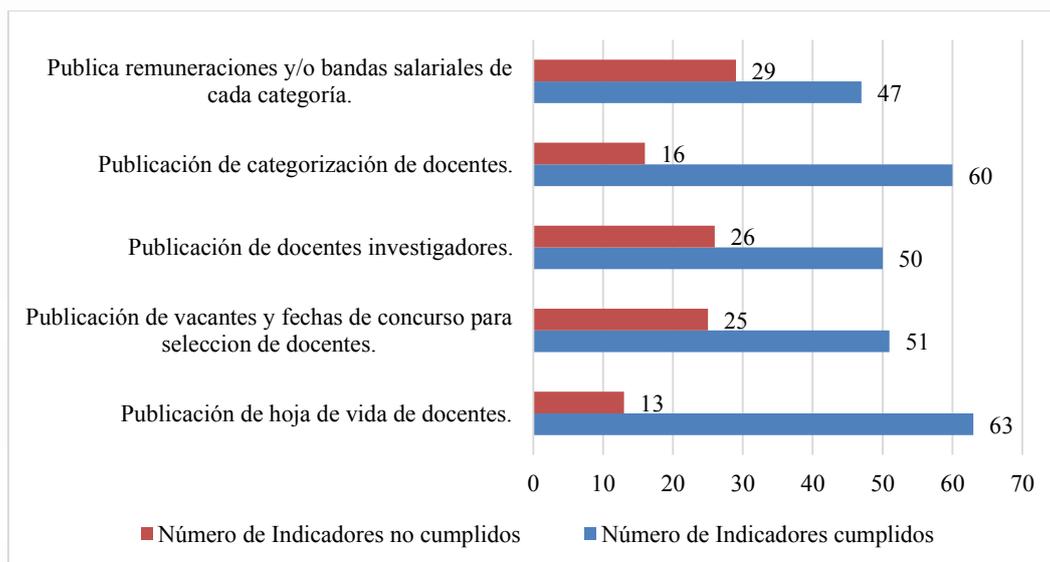


Figura 11. Indicadores cumplidos y no cumplidos del Pilar Plana docente y administrativa.

alumnos, Publica su posición en rankings y distinciones nacionales y/o internacionales, Dispone de Libro de Reclamaciones Virtual, Publicación sobre convenios nacionales y/o Internacionales (ver Tabla 14).

La Figura 12 muestra que el indicador publicación sobre convenios nacionales y/o internacionales es cumplido por 43 universidades, mientras que 43 universidades privadas no cumplen con la publicación de estado de Licenciamiento Institucional (SUNEDU).

Tabla 14

Resultados en el Pilar Satisfacción y Reconocimiento

Ítem	Indicador	Número de Indicadores cumplidos	Número de Indicadores no cumplidos
1	Publica estado de Licenciamiento Institucional (SUNEDU).	33	43
2	Publica los índices de satisfacción de los alumnos.	0	76
3	Publica su posición en rankings y distinciones nacionales y/o internacionales.	9	67
4	Dispone de Libro de Reclamaciones Virtual.	15	61
5	Publicación sobre convenios nacionales y/o Internacionales.	43	33

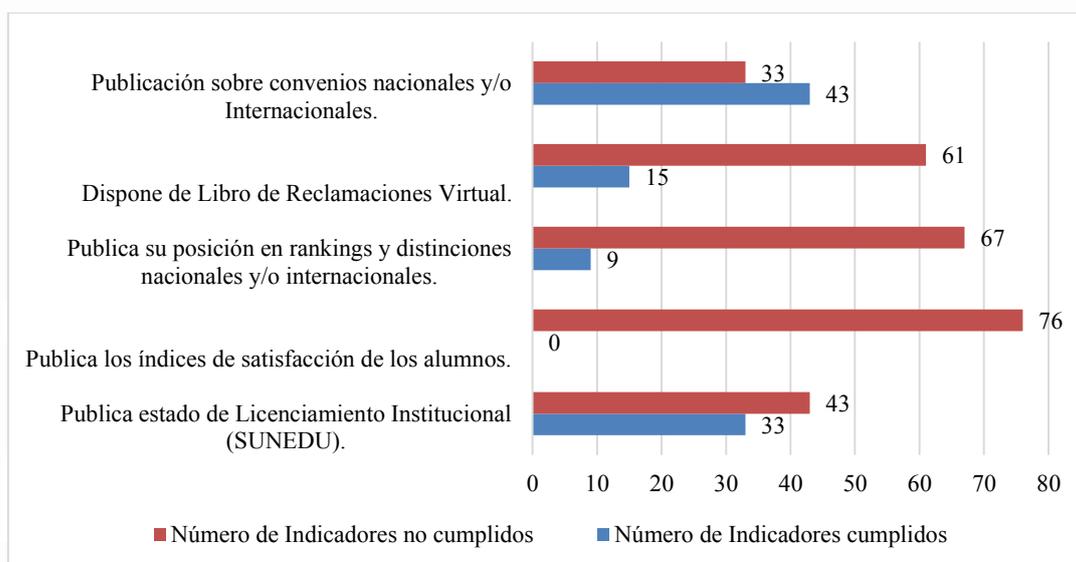


Figura 12. Indicadores cumplidos y no cumplidos del Pilar Satisfacción y Reconocimiento.

El pilar Investigación incluye tres indicadores: Publicación de listado de proyectos de investigación, Publicación de presupuesto para proyectos de investigación, Publicaciones como resultados de la labor investigadora (ver Tabla 15).

La Figura 13 muestra que el indicador publicación listado de proyectos de investigación es cumplido por 62 universidades, mientras que solo 29 universidades privadas muestran publicaciones como resultados de la labor investigadora.

El pilar Titulaciones y Convalidaciones incluye tres indicadores: Publicación de Reglamento de Grados y Títulos, Publicación de requisitos para convalidaciones, Publicación de requisitos para procesos de Sustentación y Titulación (ver Tabla 16).

Tabla 15

Resultados en el Pilar Investigación

Ítem	Indicador	Número de Indicadores cumplidos	Número de Indicadores no cumplidos
1	Publicación de listado de proyectos de investigación.	62	14
2	Publicación de presupuesto para proyectos de investigación.	51	25
3	Muestra publicaciones como resultados de la labor investigadora.	29	47

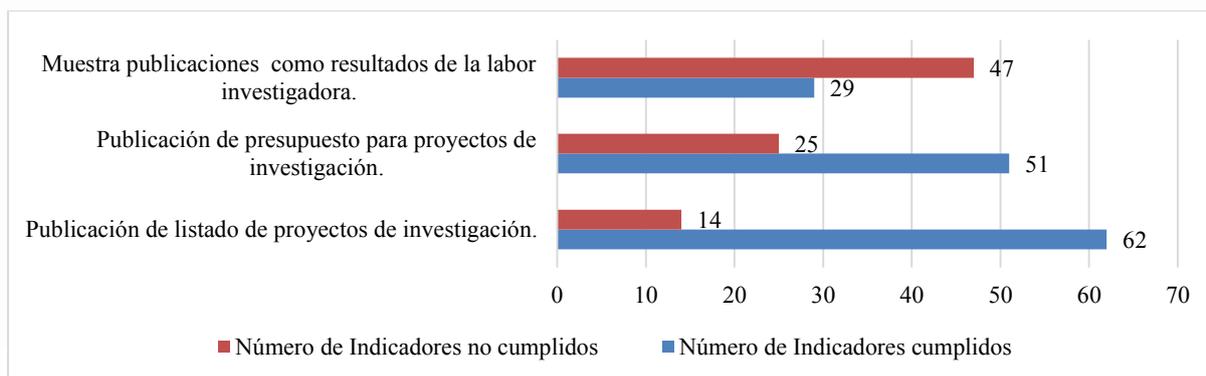


Figura 13. Indicadores cumplidos y no cumplidos del Pilar Investigación.

El pilar Titulaciones y Convalidaciones incluye tres indicadores: Publicación de Reglamento de Grados y Títulos, Publicación de requisitos para convalidaciones, Publicación de requisitos para procesos de Sustentación y Titulación (ver Tabla 16).

La Figura 14 muestra que el indicador Publicación de Reglamento de Grados y Títulos es cumplido por 72 universidades, mientras que solo 42 universidades privadas muestran publicación de requisitos para convalidaciones.

Tabla 16

Resultados en el Pilar Titulaciones y Convalidaciones

Ítem	Indicador	Número de Indicadores cumplidos	Número de Indicadores no cumplidos
1	Publicación de Reglamento de Grados y Títulos.	72	4
2	Publicación de requisitos para convalidaciones.	42	34
3	Publicación de requisitos para procesos de Sustentación y Titulación.	56	20

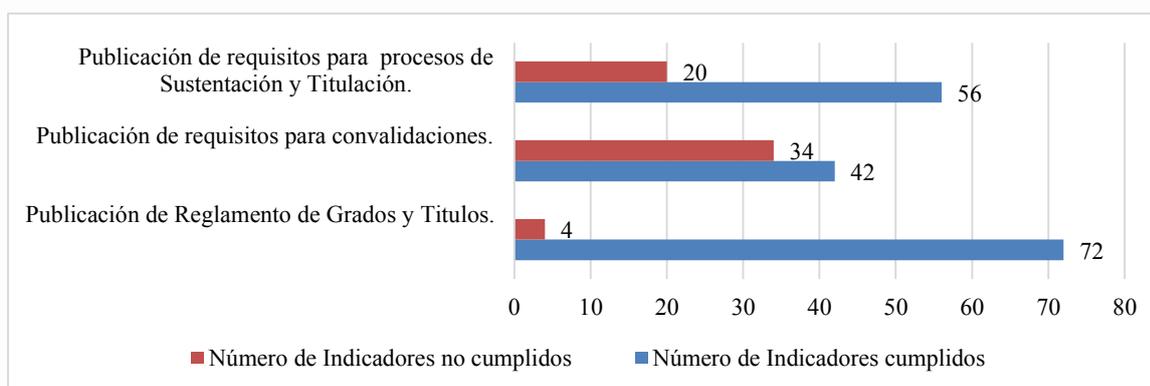


Figura 14. Indicadores cumplidos y no cumplidos del Pilar Titulaciones y Convalidaciones.

El pilar Información Financiera incluye tres indicadores: Publicación de Estados Financieros al ejercicio contable anterior, Publicación de Presupuesto Anual o reinversión, Publicación de Informe sobre ejecución de Presupuesto Anual o Reinversión (ver Tabla 17). La Figura 15 muestra que el indicador Publicación de Estados Financieros al ejercicio contable anterior es cumplido por 60 universidades, mientras que solo 35 universidades privadas muestran publicación de Informe sobre ejecución de Presupuesto Anual o Reinversión.

Tabla 17

Resultados en el Pilar Información Financiera

Ítem	Indicador	Número de Indicadores cumplidos	Número de Indicadores no cumplidos
1	Publicación de Estados Financieros al ejercicio contable anterior.	60	16
2	Publicación de Presupuesto Anual o reinversión.	45	31
3	Publicación de Informe sobre ejecución de Presupuesto Anual o Reinversión.	35	41

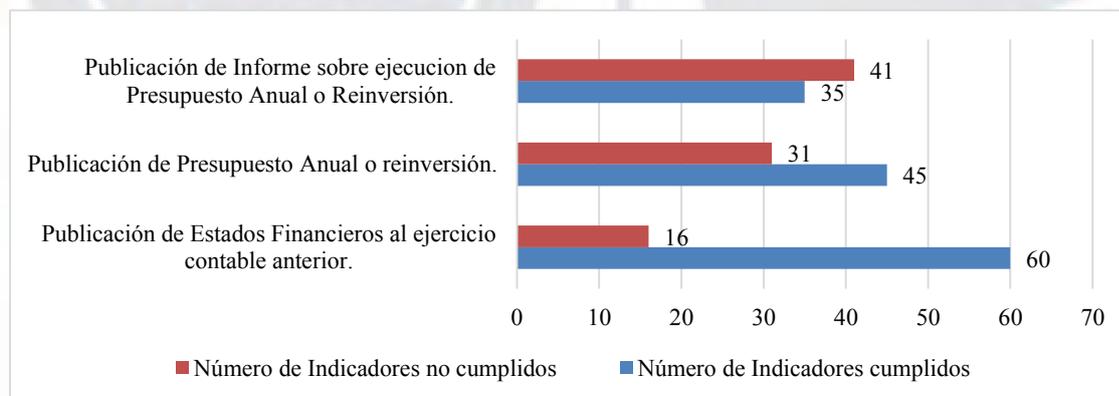


Figura 15. Indicadores cumplidos y no cumplidos del Pilar Información Financiera.

El pilar Bienestar y Responsabilidad Social incluye tres indicadores: Publicación de becas, Publicación de ambientes o espacios destinados a brindar servicios sociales, Publicación de proyectos de Responsabilidad Social (ver Tabla 18). La Figura 16 muestra que el indicador publicación de becas es cumplido por 60 universidades, mientras que solo 29 universidades privadas muestran publicación de proyectos de Responsabilidad Social.

Tabla 18

Resultados en el Pilar Bienestar y Responsabilidad Social

Ítem	Indicador	Número de Indicadores cumplidos	Número de Indicadores no cumplidos
1	Publicación de becas.	64	12
2	Publicación de ambientes o espacios destinados a brindar servicios sociales.	50	26
3	Publicación de proyectos de Responsabilidad Social.	29	47

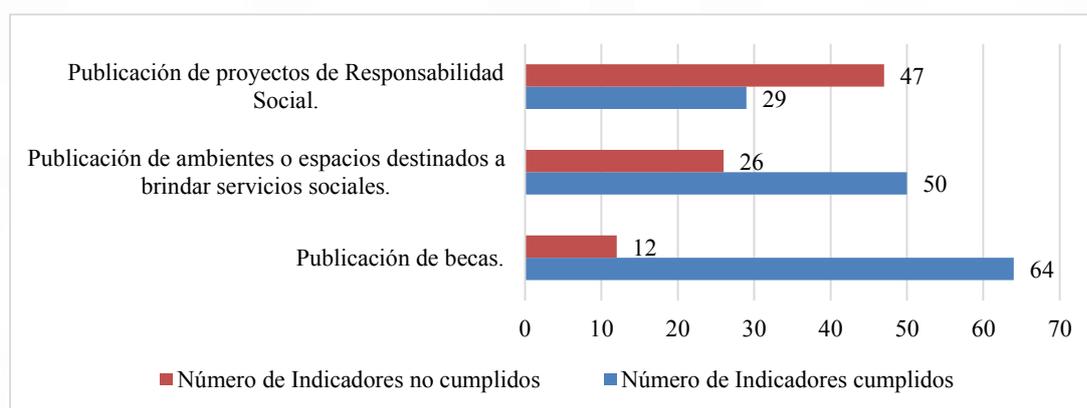


Figura 16. Indicadores cumplidos y no cumplidos del Pilar Bienestar y Responsabilidad Social.

4.1.3. Transparencia corporativa en las Universidades Privadas del Perú según su licenciamiento y régimen.

Según la evaluación del ITC a la muestra del estudio de acuerdo al semáforo de Transparencia Corporativa de la Universidades Privadas en el Perú, se detectó que el 21.05% de universidades privadas en el Perú se encuentran en el rubro Transparentes, mientras que el 55.26% son Translúcidas y 23.68% se les considera Opacas, debido a la escasa información

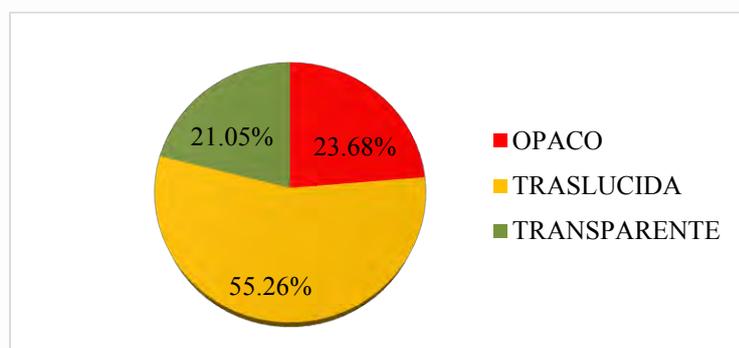


Figura 17. Participación en el Semáforo de Transparencia Corporativa en Universidades Privadas del Perú

que ofrecen en los portales institucionales y de acuerdo a la accesibilidad de información que fue recogida para la investigación acorde al modelo de transparencia propuesto (ver Tabla 19 y Figura 17).

Tabla 19

Semáforo de Transparencia Corporativa de las Universidades Privadas Peruanas

Estado	Porcentaje %	Cantidad
Opaco	23.68	18
Translucida	55.26	42
Transparente	21.05	16
Total	100.00	76

En cuanto al régimen que poseen las universidades, las universidades asociativas tienden a brindar mayor información solicitada por el modelo llegando al 28.57% de transparencia en comparación de las societarias que mantienen el 14.63%, demostrando que las universidades sin fines de lucro mantienen un mayor grado de transparencia de información brindada en el portal institucional (ver Figura 18 y 19).

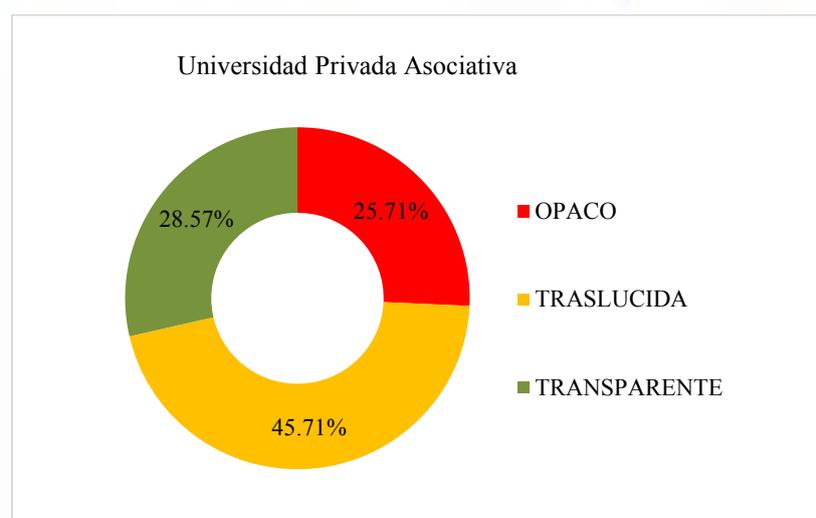


Figura 18. Semáforo de Transparencia Corporativa en Universidades Privadas Asociativas

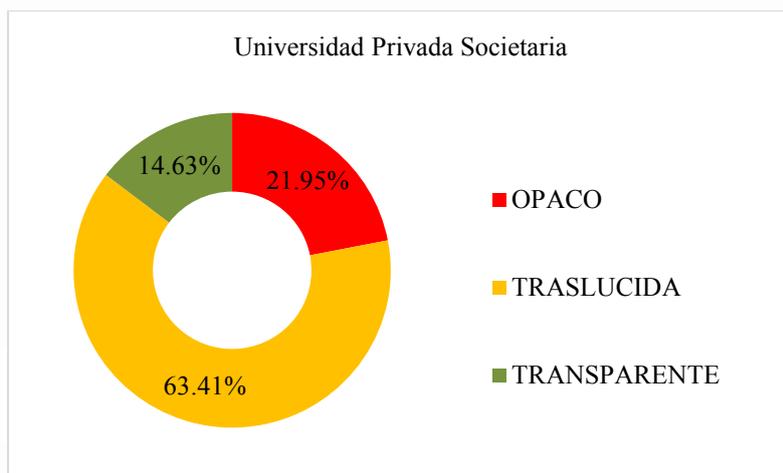


Figura 19. Semáforo de Transparencia Corporativa en Universidades Privadas Societarias

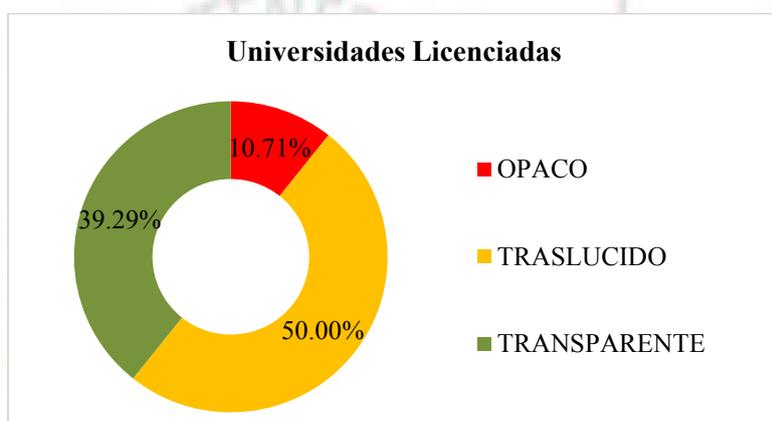


Figura 20. Semáforo de Transparencia Corporativa en Universidades Privadas Licenciadas

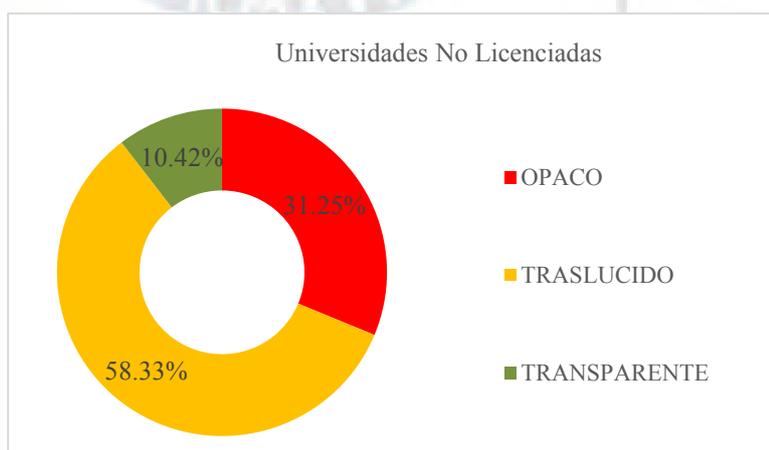


Figura 21. Semáforo de Transparencia Corporativa en Universidades Privadas No Licenciadas

Según el estado de licenciamiento de la SUNEDU las universidades licenciadas mantienen un 39.29% de transparencia en comparación del 10.42% de las universidades no

licenciadas, demostrando que las exigencias de la SUNEDU conllevan a las universidades a tener un mayor grado de transparencia (ver figura 20 y 21).

4.2. Resumen

El presente capítulo detalló los resultados de la aplicación del modelo de transparencia corporativa en las Universidades Privadas del Perú, a partir de una muestra de 76 universidades seleccionadas aleatoriamente de un universo de 95 universidades, se estructuró el ITC de acuerdo a los pesos presentados por el modelo, los resultados indicaron una estructura de 67.89% sobre el cumplimiento de los 42 indicadores. La medición en los portales web de las universidades mostró que: los pilares con mayor participación no son los mismos que poseen mayor nivel de cumplimiento como es el caso de información al postulante y estudiante; y gobierno corporativo, lo que indica que existe una desviación en la presentación de información de acuerdo a los objetivos generales. De acuerdo a la estructura por indicadores, los que presentan menor participación son aquellos en los que se publican los resultados sobre los índices de satisfacción de los alumnos, posición de rankings y distinciones a nivel nacional como internacional, disposición de libros de reclamaciones virtual, publicación de proyectos de responsabilidad social, entre otros; lo que permite establecer acciones que muestren la cercanía entre la institución y sus grupos de interés.

Por otro lado, de acuerdo al licenciamiento y régimen de la universidad aquellas que son conformadas de manera asociativa tienden a presentar mayor información solicitada en comparación con las societarias, demostrando que las universidades sin fines de lucro mantienen un mayor grado de transparencia de información brindada en su portal institucional e incidencia que las otras se encuentran afectando el valor financiero que poseen. Así mismo se evidencia que las universidades licenciadas mantienen un mayor grado de transparencia versus las universidades no licenciadas, existiendo una oportunidad de estas últimas para aumentar su grado de transparencia que podría llevar a su licenciamiento.

Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones

En el presente capítulo se exponen las conclusiones de la investigación de acuerdo a los objetivos y a las preguntas planteadas sobre la información de la Transparencia Corporativa en las Universidades Privadas del Perú. Así mismo, se presentan las recomendaciones prácticas y teóricas en aras de contribuir a un mejor desempeño e incidencias en la labor y actividades en las universidades, se presentan propuestas para futuras investigaciones de modo que sirva de insumo para la elaboración de estudios futuros.

5.1. Conclusiones

1. Se adaptó un Modelo de Transparencia Corporativa de las Universidades Privadas del Perú acorde a la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Ley N° 27806, 2002), y la Ley Universitaria (Ley N°30220, Art N° 11, 2017) cuya estructura proviene de una adaptación académica del Informe de Transparencia Voluntaria en la web de las Universidades Españolas (Cavanna & Barrio, 2016) y el Modelo de Inteligencia de Negocios (IdN Inteligencia de Negocios & KPMG, 2012), conformado por 42 indicadores agrupados en ocho pilares.
2. De un universo de 95 universidades privadas, seleccionando una muestra de 76 universidades, se obtuvo un 67.9% en el Índice de Transparencia Corporativa en Universidades Privadas del Perú, concluyendo que a nivel general no se alcanza la categoría de Transparente (mayor al 85%), según el modelo presentado en la investigación.
3. El 67.9% del Índice de Transparencia Corporativa en las Universidades Privadas del Perú alcanzado se compone actualmente según la participación de sus ocho pilares en: 24.62% en Información al postulante y estudiante, 11.65% con información en base al gobierno corporativo, 8.49% en plana docente y administrativa, 5.80% en investigación, 5.33% en titulaciones y convalidaciones,

4.48% en bienestar y responsabilidad social, 4.39% en información financiera y 3.13% en satisfacción y reconocimiento.

4. En relación al pilar Gobierno Corporativo, 29 universidades privadas no cuentan con la publicación de valores, lo que demuestra la falta de cimientos como organización. El pilar Información al postulante y estudiante, 32 universidades privadas no publican sobre la evolución de la demanda de postulante, lo que indica que no desean mostrar lo atractivo de sus productos y servicios. El pilar Plana docente y administrativa, 29 universidades privadas no muestran las remuneraciones y/o bandas salariales; por lo que no muestran la competitividad en precios en el mercado laboral. El pilar Satisfacción y Reconocimientos, ninguna universidad privada realiza publicaciones sobre los índices de satisfacción de los alumnos, lo que demuestra un escaso interés sobre su valoración en sus servicios.
5. En el análisis actual se detectó que las universidades privadas tienen un mayor cumplimiento en los pilares de gobierno corporativo e información al postulante y estudiante, debido a que son las de mayor demanda para los usuarios. Teniendo un menor enfoque en el pilar de satisfacción y reconocimiento de las casas de estudio, donde debiera darse mayor énfasis en su desarrollo.
6. En cuanto al semáforo de transparencia corporativa aplicado, se obtuvo que el 21.05% de las Universidades Privadas del Perú estarían categorizadas como transparentes por la disposición de información pública y cumplimiento de información basados en los indicadores señalados. El 55.26% se encuentran en estado translucido ubicados dentro de la media en la disposición que brinda sobre la información y cumplimiento, y el 23.68% en el estado opaco debido a la escasa información y cumplimiento, siendo ésta mayor que la participación de las universidades categorizadas como transparente.

7. Dentro de las universidades asociativas se tiene el 28.57% de transparencia y las universidades societarias el 14.63% de transparencia, así mismo en las universidades licenciadas se obtuvo un 39.29% de transparencia, contrastando con el 10.42% de transparencia que obtuvieron las universidades no licenciadas. Por lo que, se concluye que las universidades asociativas, así como licenciadas tienen un mayor interés en el fortalecimiento de su imagen corporativa y la disposición de información pública.

5.2. Recomendaciones

1. Proponer la implementación del Modelo de Transparencia Corporativa respaldado por SUNEDU en la medición del Índice de Transparencia Corporativa que refleje el cumplimiento de sus objetivos en base a la misión señalada en el sector de educación superior.
2. Realizar una evaluación anual de la transparencia de las Universidades Privadas del Perú a través de sus portales institucionales y la publicación de los rankings en el sector educativo impartido por organizaciones estatales como privadas.
3. Presentar publicaciones de resultados anuales en los futuros informes bienales de SUNEDU sobre la evaluación de la transparencia de las universidades privadas en el Perú, presentando su respectivo control y monitoreo de metas y objetivos a alcanzar de manera periódica.
4. Homogenizar la estructura del enlace web de transparencia de las universidades privadas en el Perú de modo que se conceptualice y englobe eficazmente las actividades que desempeñan.
5. Mantener información actualizada de manera obligatoria de las universidades peruanas, no menor al ejercicio anterior, en los respectivos portales institucionales y con la supervisión de la rectoría correspondiente.

6. Implementar y sancionar el incumplimiento del ITC en la Ley Universitaria (Ley N°30220, Art N° 11, 2017).

5.3. Contribuciones sobre las Variables de Investigación

La contribución del presente trabajo de investigación se basa en la aplicación del Índice de Transparencia Corporativa en las universidades privadas en el Perú, en el cual se realizó la evaluación de los portales web según la muestra seleccionada. Por tal motivo las recomendaciones indicadas son importantes debido a que buscan mejorar la transparencia corporativa en las Universidades Privadas del Perú. En cuanto a las variables de investigación: pilares (variables dependientes) e indicadores (variables independientes) a los cuales se les otorgan ponderaciones mediante las cuales se pueden realizar mediciones. De acuerdo al déficit de información y de cumplimiento en ellos, permiten generar acciones y contribuciones directas para la consecución de alcanzar mayor valor del ITC.

Así mismo, es importante que las universidades privadas adicione a su labor educativa acciones que se orienten en obtener mayor participación en temas de responsabilidad social, información financiera y de esta forma generar mayor valor financiero. En referencia al rubro de satisfacción y reconocimiento, insumos como el libro de reclamaciones virtual debe considerarse como exigible para toda universidad dado que permite una mayor proximidad a los grupos de interés y alcanzar mayor nivel de satisfacción en el accionar sobre sus inquietudes, preferencias y quejas. Por tanto, se debe publicar el índice de satisfacción de los estudiantes respecto al servicio brindado.

5.4. Propuestas para Futuras Investigaciones

Para los futuros estudios de investigación se plantean las siguientes propuestas:

- Se sugiere continuar con la aplicación del Modelo, para obtener resultados históricos de evolución del índice de transparencia por universidad y categoría, de

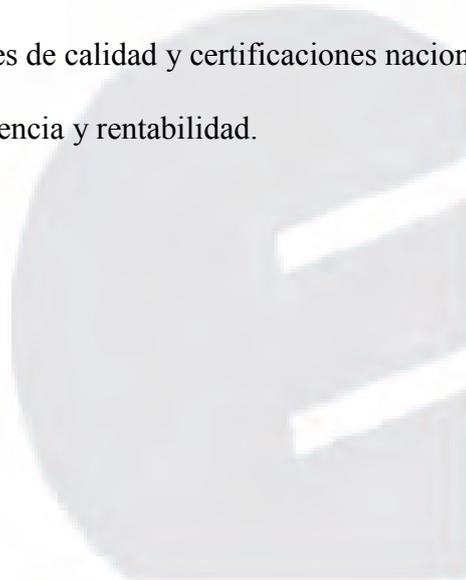
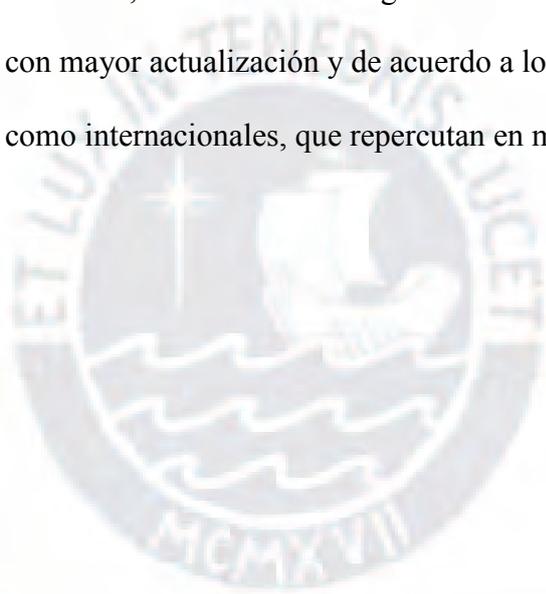
modo que se puedan generar avances y seguimiento por pilares e indicadores individuales.

- Investigar sobre la calidad de la información en los portales web de las Universidades Privadas del Perú.
- Extender la aplicación del modelo propuesto hacia otros sectores con la información proporcionada en los portales web de las instituciones, que se encuentre acorde con las nuevas tendencias tecnológicas y que permitan obtener resultados con mayor alcance
- Se recomienda adaptar el modelo propuesto en esta investigación ampliando el tamaño de la muestra a universidades nacionales del Perú que brinden información al público a través sus portales web.
- Extender la aplicación del modelo al proceso de licenciamiento efectuado por la SUNEDU.
- Recabar datos históricos sobre la evolución de la transparencia corporativa de cada universidad medida con la aplicación del modelo, a fin de que las instituciones sean evaluadas anualmente y mantengan una categorización de transparente.

5.5. Resumen

La transparencia corporativa de las Universidades Privadas del Perú, está basada en la entrega de información propuesta para el estudiante, información financiera, no financiera, desarrollo y publicación de actividades, e información voluntaria accesible para el público. Asimismo, en cuanto al cumplimiento de los objetivos del presente estudio, estos se cumplieron al plantear el modelo del ITC y estructurarlo en ocho pilares y 42 indicadores, por lo que el instrumento permite constatar si cumple con la información y finalmente generar sus respectivas recomendaciones.

La contribución principal es la aplicación y estructuración del modelo a la muestra por primera vez en 76 Universidades Privadas del Perú. Otras contribuciones son las recomendaciones que surgen en la necesidad de alcanzar un mayor nivel de cumplimiento sobre todo el que presentan menor nivel como es el caso de satisfacción y reconocimientos. Dentro de las propuestas para futuras investigaciones se encuentran, la continuidad de aplicación del modelo para obtener resultados periódicos e históricos, que permitan propiciar mayor competitividad entre las universidades y puedan mostrar mayor nivel de transparencia. Así como, extender la investigación hacia otros sectores para obtener resultados completos, con mayor actualización y de acuerdo a los estándares de calidad y certificaciones nacionales como internacionales, que repercutan en mayor eficiencia y rentabilidad.



Referencias

- Aksu, M. & Kosedag, A. (2006). Transparency and disclosure scores and their determinants in the Istanbul Stock Exchange. *The Authors Journal Compilation*, 14(4), 277-296.
- Apóstolos, K. & Konstantinos, A. (2009). Voluntary accounting disclosure and corporate governance: evidence from Greek listed firms. *International Journal of Accounting and Finance*, 1(4), 395 – 414.
- Beeks, W. Y Brown, P. (2006). Do better-governed Australian firms make more informative disclosures? *Journal of Business Finance y Accounting*, 33(3-4), 422-450.
- Berglöf, E., & Pajuste, A. (2005). What do firms disclose and why? Enforcing corporate governance and transparency in Central and Eastern Europe. *Oxford Review of Economic Policy*, 21(2), 178-197.
- Bolsa de Valores de Lima (2018). Transparencia de mercado. Recuperado de http://www.bvl.com.pe/transp_mercado.html
- Bonsón, E. Y Escobar, T. (2004). La difusión voluntaria de información financiera en Internet. Un análisis comparativo entre Estados Unidos, Europa del Este y la Unión Europea. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 33(123), 1063-1101.
- Bushman, R. M., & Smith, A. J. (2003). Transparency, financial accounting information, and corporate governance.
- Bushman, R., Piotroski, J. D. Y Smith, A. J. (2004). What determines corporate transparency? *Journal of Accounting Research*, 42(2), 207–252.
- Cabero Almenara, J., & Llorente Cejudo, M. D. C. (2013). La aplicación del juicio de experto como técnica de evaluación de las tecnologías de la información y comunicación (TIC).

- Cabrera, J. (2008). Blog Innovación en la gestión. Recuperado de <http://blog.cabreramc.com/2008/10/09/la-transparencia-es-clave-para-el-futurode-nuestras-organizaciones/>
- CAF (2006). Lineamientos para un Código Andino de Gobierno Corporativo. Recuperado de
- Cavanna, M. Y Barrio, E. (2016) Informe de Transparencia Voluntaria en la web de las Universidades Españolas. Fundación Compromiso y Transparencia.
- Chan, A. W. Y Cheung, H. Y. (2011). Cultural dimensions, ethical sensitivity, and corporate governance. *Journal of Business Ethics*, 104(4), 1-15.
- Consortio de Investigación de Económica y Social – CIES (2017). “Corrupción y Transparencia” como Balance de Investigación en Políticas Públicas 2011- 2016 y Agenda de Investigación 2017 – 2021. Recuperado de http://www.cies.org.pe/sites/default/files/files/diagnosticoypropuesta/archivos/balance_y_agenda_2017.pdf
- Corral de Franco, Y. J. (2009). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos.
- Dancourt, O., & Mendoza, W. (2009). Perú 2008 – 2009: Del auge a la recesión. Crisis Internacional Impactos y Respuestas de Política Económica en el Perú. Recuperado de <https://textos.pucp.edu.pe/pdf/199.pdf>
- Decreto Legislativo N° 882 – 1996. Ley de Promoción de la Inversión en la Educación. Presidencia de la República del Perú (1996)
- Dragomir, V. Y Cristina, M. (2009). Corporate governance in the European Union: The
- Escobar-Pérez, J., & Cuervo-Martínez, Á. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. *Avances en medición*, 6(1), 27-36.

Hernández, R. Fernandez, C. Y Baptista, M. (2014) Metodología de la Investigación (6ta edición) México. P 10.

Evidence from companies in northern India. The IUP Journal of Corporate

Fabre, Jorge (2009). La mayor protección del Inversionista genera mercados financieros más profundos. Recuperado de

http://ols.uas.mx/fen/gestione/Desp_Arts.asp?titulo=378

Flores, J., & Rozas, A. Q. (2008). El Gobierno Corporativo: Un enfoque moderno. Revista de Investigación Contable, 15(29), 7-17. Recuperado de

<http://investigacion.contabilidad.unmsm.edu.pe/revista/quipu2008-I.pdf>

Fundación Compromiso y Transparencia (2016). España. Recuperado de

<https://www.compromisoytransparencia.com/informes/examen-de-transparencia-informe-de-transparencia-voluntaria-en-la-web-de-las-universidades-espanolas-2016>

Gamboa, A. (2015). Diagnostico 2015: Portales de Transparencia y Solicitudes de Acceso a la Información. Recuperado de

http://www.dar.org.pe/archivos/publicacion/170_transparencia_2015_es.pdf

Ganescu, M. C., & Gangone, A. D. (2013). A methodology for measuring responsible Corporate Governance in countries of emerging Europe. The USV Annals of Economics and Public Administration, 12(2 (16)), 129-139.

Governance, 9(3), 69-88.

Gregory, H. J. (2000). International comparison of corporate governance guidelines and codes of best practices. Nueva York: Weil, Gotshal y Manges.

Gri. (2015). G4 Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad. Recuperado de

<https://www.globalreporting.org/information/media/Pages/GRI-Empowering-Sustainable-Decisions.aspx>

- Groom, C., Du, S., Qu, W. Y Sims, R. (2004). Accounting regulation and corporate governance in China's listed companies – an examination of the changing environment and current issues. Paper presented at the 2004 DEST (CHESI) Beijing Conference. Beijing.
- IdN Inteligencia de Negocios y KPMG (2012). Transparencia Corporativa Perú 2012. Recuperado de <http://www.transparenciacorporativa.cl/docs/Reporte%20ITC%202012%20PE.pdf>
- IMF. (2007) Guide on Resource Revenue Transparency implications for financial and narrative reporting. *International Journal of Business and Economics*, 9(1), 53-64.
- Instituto Centroamericano de Estudios Fiscales (2016). EITI: ¿Una Iniciativa suficiente para la Transparencia Fiscal de las industrias extractivas en Honduras?
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2015a). Compendio estadístico del Perú 2015. Lima, Perú: Autor.
- Instituto Peruano de Economía (Junio, 2015). El costo económico de la no ejecución de los proyectos mineros. Recuperado de [file:///C:/Users/gfernandez/Downloads/937ff-el-coste-economico-de-la-no-ejecucion-de-los-proyectos-mineros%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/gfernandez/Downloads/937ff-el-coste-economico-de-la-no-ejecucion-de-los-proyectos-mineros%20(1).pdf)
- International Review*, 13(5), 702-709.
- Jones, T. M. (1995). Instrumental stakeholder theory: International Validation of the Corruption Perceptions Index 187 *A Synthesis of Ethics and Economics*, *Academy of Management Review* 20, 404–437.
- Karim, A. (1996). The association between corporate attributes and the extent of corporate disclosure. *Journal of Business Studies*, 17(2), 89-124.

Ley N° 27806 (2002). Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Recuperado de <https://www.mef.gob.pe/es/normas-legales/298-portal-de-transparencia-economica/normas-legales/830-ley-nd-27806>

Ley N° 30220. Ley universitaria. Congresos de la Republica del Perú

Lin-Hi, N. & Blumberg, I. (2011). The relationship between corporate governance, global governance, and sustainable profits: lessons learned from BP. *Corporate governance*, 11(5), 571-584.

Lujala, P. (2018). An analysis of the Extractive Industry Transparency Initiative implementation process. *World Development*, 107, 358-381.

Martínez, J. J. (2007). El gobierno corporativo en el Perú: Contribución para enfocar el concepto. *Revista de Economía y Derecho*, 4(14), 41-51

Minister of Natural Resources, Canada. (2017) Extractive Sector Transparency Measures Act. Recuperado de <https://www.nrcan.gc.ca/mining-materials/estma/18180>

Mir, M. Z., Chatterjee, B. Y Rahaman, A. S. (2009). Culture and corporate voluntary reporting. *Managerial Auditing Journal*, 24(7), 639-667.

OCDE (2004) White Paper sobre Gobierno Corporativo en América Latina. Recuperado de https://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/gobierno_corporativo.pdf

OCDE. (1999). Principios de la OCDE para el gobierno de las sociedades. París:

OCDE. (2004). Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE. Recuperado de <http://www.oecd.org/daf/ca/corporategovernanceprinciples/37191543.pdf>

ONG, Contraloría Ciudadana de México (2018)

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

- Ortiz, E. Y Clavel, J. G. (2006). Índices de revelación de información: Una propuesta de mejora de la metodología. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 35(128), 87-113.
- Pahuja, A. Y Bhatia, B. (2010). Determinants of corporate governance disclosures:
- Parum, E. (2005). Does disclosure on corporate governance lead to openness and
- Patel, S. A., Balic, A., & Bwakira, L. (2002). Measuring transparency and disclosure at firm-level in emerging markets. *Emerging Markets Review*, 3(4), 325-337.
- Paz-Ares. (2004). El gobierno corporativo como estrategia de creación de valor. Recuperado de http://www.indret.com/pdf/182_es.pdf
- Pontificia Universidad Católica del Ecuador (2018). “Análisis de la Inversión Extranjera Directa en Ecuador y su incidencia en la extracción minera metálica en el periodo 2007- 2014”. Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/14970/AN%C3%81LISIS%20DE%20LA%20INVERSI%C3%93N%20EXTRANJERA%20DIRECTA%20EN%20ECUADOR%20Y%20SU%20INCIDENCIA%20EN%20LA%20EXTRACCI%C3%93N%20MINERA%20ME.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Recuperado de: <http://www.contraloriaciudadana.org.mx/blog/2015/09/iniciativa-para-transparencia-en-las-industrias-extractivas-eiti>
- Romero, M. A. (2010). Nueva Norma ISO 26000: 2010 “Guía de responsabilidad social”. Global Standards Certification. Disponible en internet [http://www. Globalstd. Com/pdf/rs-iso26000-2010](http://www.Globalstd.Com/pdf/rs-iso26000-2010)
- Sexto Estudio de Conciliación Nacional – EITI Perú, (2018). Informe Final – Sexto Informe Nacional de Transparencia de las Industrias Extractivas. Recuperado de http://eitiperu.minem.gob.pe/documentos/VI_INT_2015_2016%20EITI_%20PERU.pdf

SUNEDU. (2018), Informe bienal sobre la Realidad Universitaria Peruana. Recuperado de <https://www.sunedu.gob.pe/informe-bienal-sobre-realidad-universitaria/>

transparency in how companies are managed? Corporate Governance: An

Turrent, G. D. C. B., & Ariza, L. R. (2013). Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 16, 187-208.

UNCTAD. (2006). Orientación sobre buenas prácticas para la presentación de información sobre la gobernanza de las empresas. Nueva York y Ginebra: Naciones Unidas.



Apéndices

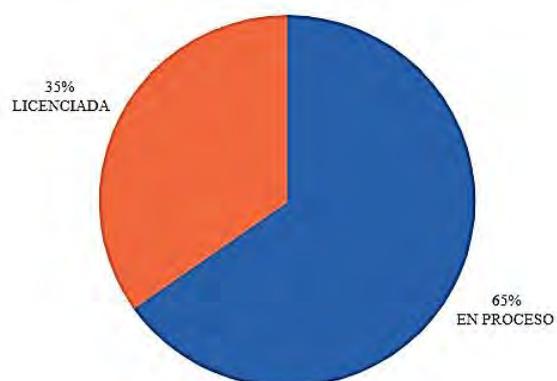
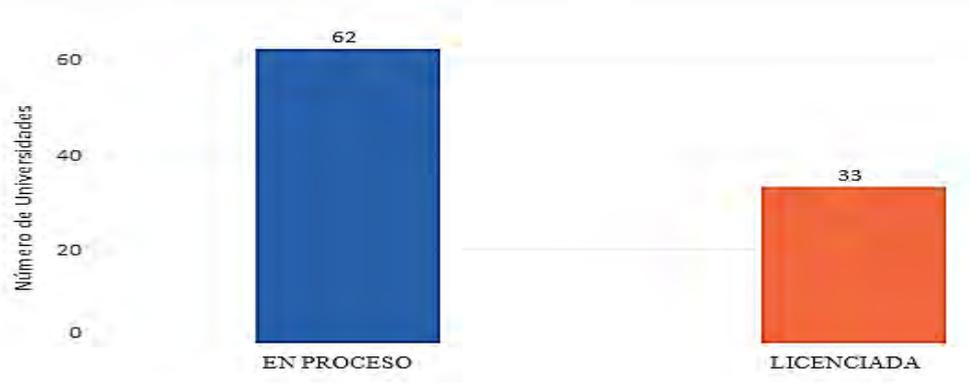
Apéndice A: Listado y Estado de Licenciamiento de las Universidades Privadas del Perú

(al 31 de octubre de 2018)

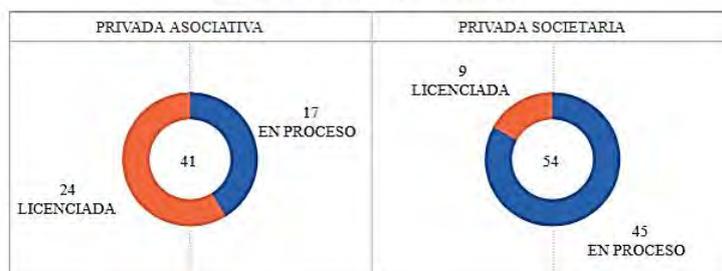
Departamento	Tipo	Universidad
TACNA	PRIVADA SOCIETARIA	ESCUELA DE POSTGRADO NEUMANN BUSINESS SCHOOL
AREQUIPA	PRIVADA SOCIETARIA	ESCUELA DE POSTGRADO SAN FRANCISCO XAVIER ESCUELA DE NEGOCIOS S.A.C.
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	ESCUELA INTERNACIONAL DE POSGRADO - ESIP
LIMA	PRIVADA ASOCIATIVA	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
PUNO	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
LIMA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD ANTONIO RUIZ DE MONTOYA
ICA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ICA SAC
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ
AREQUIPA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA SAN FRANCISCO
AREQUIPA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
LA LIBERTAD	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI
ANCASH	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
LIMA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN JOSÉ
AREQUIPA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN PABLO
LIMA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD CATÓLICA SEDES SAPIENTIAE
LORETO	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR
JUNÍN	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD CONTINENTAL
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE AMÉRICA LATINA
HUÁNUCO	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
LIMA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD DE INGENIERÍA Y TECNOLOGÍA
LAMBAYEQUE	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD DE LAMBAYEQUE
LIMA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD DE LIMA
PIURA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD DE PIURA
LIMA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES
LIMA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO
LIMA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD ESAN
LIMA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD FEMENINA DEL SAGRADO CORAZÓN
CUSCO	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD GLOBAL DEL CUSCO
LIMA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD INTERAMERICANA PARA EL DESARROLLO
LIMA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA
MOQUEGUA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI
AREQUIPA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD LA SALLE
TACNA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA CIMA
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD LE CORDON BLEU
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD MARÍA AUXILIADORA
CALLAO	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD MARÍTIMA DEL PERÚ
HUANCAVELICA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD PARA EL DESARROLLO ANDINO
CUSCO	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PERUANA AUSTRAL DEL CUSCO
LIMA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD PERUANA CAYETANO HEREDIA

Departamento	Tipo	Universidad
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PERUANA DE INTEGRACIÓN GLOBAL
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PERUANA DE INVESTIGACIÓN Y NEGOCIOS
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS
JUNIN	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD PERUANA DEL CENTRO
LIMA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
AMAZONAS	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD POLITÉCNICA AMAZÓNICA S.A.C.
LA LIBERTAD	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PRIVADA ARZOBISPO LOAYZA
AREQUIPA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PRIVADA AUTÓNOMA DEL SUR
JUNIN	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PRIVADA DE HUANCAYO "FRANKLIN ROOSEVELT"
ICA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PRIVADA DE ICA S.A.
LORETO	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PRIVADA DE LA SELVA PERUANA
TACNA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
LA LIBERTAD	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TRUJILLO
LAMBAYEQUE	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PRIVADA JUAN MEJÍA BACA
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PRIVADA JUAN PABLO II
LA LIBERTAD	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PRIVADA LEONARDO DA VINCI S.A.C.
CUSCO	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PRIVADA LÍDER PERUANA
LIMA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD PRIVADA MARCELINO CHAMPAGNAT
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PRIVADA NORBERT WIENER
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PRIVADA PERUANO ALEMANA S.A.C.
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PRIVADA SAN IGNACIO DE LOYOLA
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA S.A.C.
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP
LIMA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD SAN ANDRÉS
ANCASH	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD SAN PEDRO
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD SANTO DOMINGO DE GUZMÁN
JUNÍN	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS DE AQUINO DE CIENCIA E INTEGRACIÓN
LIMA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD SEMINARIO BÍBLICO ANDINO
LIMA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD SEMINARIO EVANGÉLICO DE LIMA
LAMBAYEQUE	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
APURÍMAC	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LOS ANDES
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	ESCUELA DE POSTGRADO GERENS
CUSCO	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
LAMBAYEQUE	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
AREQUIPA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD CIENCIAS DE LA SALUD
AYACUCHO	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD DE AYACUCHO FEDERICO FROEBEL
LIMA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
LAMBAYEQUE	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS E INFORMÁTICA
LORETO	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PERUANA DEL ORIENTE S.A.C.
JUNÍN	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PERUANA SIMÓN BOLÍVAR

Departamento	Tipo	Universidad
CAJAMARCA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO
LA LIBERTAD	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO
UCAYALI	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PRIVADA DE PUCALLPA
LA LIBERTAD	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
PUNO	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS
LIMA	PRIVADA ASOCIATIVA	UNIVERSIDAD PRIVADA SISE
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD SERGIO BERNALES S.A.C.
LIMA	PRIVADA SOCIETARIA	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ



Estado de Licenciamiento



Apéndice B: Carta de Presentación

Señor (a)(ita): _____

Presente. –

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO EXPERTO

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiantes de CENTRUM, Escuela de Negocios de Pontificia Universidad Católica del Perú, del programa de MBA Gerencial Internacional, en la sede Arequipa, promoción XXII, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el grado de Magíster.

El título de nuestro proyecto de investigación es TRANSPARENCIA CORPORATIVA EN LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS DEL PERÚ EN EL PERÚ, y siendo imprescindible contar con la aprobación de profesionales especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa. Para ello se está elaborando un Juicio de Expertos.

En caso Ud. Acepte ser parte de la presente investigación, se le hará llegar los siguientes documentos:

La investigación tendrá dos partes, las cuales describimos:

I. Primera Sesión: Identificación y Validación de Variables, para lo cual le presentaremos los siguientes documentos:

1. Ley Universitaria (Ley N°30220, Art N° 11, 2017)
2. Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (Ley N° 27806, 2002)
3. Informe de Transparencia Voluntaria en la web de las universidades españolas 2016
4. Consentimiento Informado
5. Formato de Validación de Juicio de Expertos – Transparencia Universitaria Privada

II. Segunda Sesión: Ponderación de Variables, para lo cual se presentará el documento:

1. Encuesta para Ponderación de Variables

Agradeciendo por anticipado su tiempo y disposición.

Atentamente:

Wilberth Mamani

Adriana Medina

José Sáenz

Christian Valencia

Apéndice C: Encuesta de Ponderación

Estimado(a) Sr. (a):

Gracias por acceder a realizar un cuestionario sobre Transparencia Corporativa en las Universidades Privadas del Perú, el cual tiene como fin la realización de un trabajo de investigación, las respuestas serán únicamente con fines educativos y de investigación y con total confidencialidad.

Gracias por su tiempo.

CUESTIONARIO

1. Indique su sexo.
 - a. Femenino
 - b. Masculino
2. Marque su rango de edad.
 - a. De 30 a 40
 - b. De 41 a 50
 - c. De 51 a 60
 - d. De 61 a 70
3. Años de Experiencia.
 - a. Menor a 5 años
 - b. De 5 a 10
 - c. De 11 a 15
 - d. De 16 a más.
4. En una escala de 1 al 8, coloque en orden de importancia (donde 1 es más importante y 8 menos importante) los siguientes pilares de Transparencia que debe informar una Universidad Privada.

Información al Postulante y Estudiante	Satisfacción y Reconocimientos	Titulaciones y Convalidaciones	Bienestar y Responsabilidad Social	Gobierno Corporativo	Plana Docente y Administrativa	Información Financiera	Investigación

5. Información al Postulante y Estudiante: En una escala del 1 al 10, coloque en orden de importancia (donde 1 es más importante y 10 menos importante) los siguientes atributos que debe informar por pilar una Universidad.

Publicación de Reglamento Universitario	
Publicación de Reglamento de Admisión	
Publicación de Calendario de Admisión	
Publicación de Documentación para admisión	
Publicación de Temario de Admisión	
Publicación de tarifario	
Publicación de alumnos: postulantes, ingresantes, matriculados y egresados por año.	
Publicación de postulantes por modalidades.	
Publicación de malla curricular de todos los programas de estudios	
Publicación de la evolución de demanda de postulantes por escuela profesional.	

6. Satisfacción y Reconocimientos: En una escala del 1 al 7, coloque en orden de importancia (donde 1 es más importante y 7 menos importante) los siguientes atributos que debe informar por pilar una Universidad.

Publicación estado de Licenciamiento Institucional (SUNEDU)	
Publicación datos sobre el rendimiento académico.	
Publicación los índices de satisfacción de los alumnos.	
Publicación su posición en los principales rankings nacionales e internacionales.	
Publicación el porcentaje de inserción laboral de sus graduados.	
Publicación de reporte de incidencias en el LIBRO DE RECLAMACIONES	
Publicación sobre convenios nacionales e Internacionales	

7. Titulaciones y Convalidaciones: En una escala del 1 al 3, coloque en orden de importancia (donde 1 es más importante y 3 menos importante) los siguientes atributos que debe informar por pilar una Universidad.

Publicación de Reglamento de Grados y Títulos	
Publicación de requisitos para convalidaciones	
Publicación de calendario de procesos de sustentación y titulación	

8. Bienestar y Responsabilidad Social: En una escala del 1 al 3, coloque en orden de importancia (donde 1 es más importante y 3 menos importante) los siguientes atributos que debe informar por pilar una Universidad.

Publicación de becas	
Publicación de ambientes o espacios destinados a brindar servicios sociales.	
Publicación sobre proyectos de Participación Ciudadana	
Publicación de reportes de proyectos de responsabilidad social	

9. Gobierno Corporativo: En una escala del 1 al 10, coloque en orden de importancia (donde 1 es más importante y 7 menos importante) los siguientes atributos que debe informar por pilar una Universidad.

Antecedentes e Historia	
Misión, visión	
Valores	
Publicación de Estatuto	
Publicación de Autoridades	
Publicación las líneas generales de su plan estratégico.	
Publicación organigrama y sus responsabilidades.	

10. Plana Docente y Administrativa: En una escala del 1 al 6, coloque en orden de importancia (donde 1 es más importante y 6 menos importante) los siguientes atributos que debe informar por pilar una Universidad.

Publicación de hoja de vida de docentes	
Publicación de vacantes y fechas de concurso para selección de docentes.	
Publicación de docentes investigadores	
Publicación de categorización de docentes (Nombrados y Contratados.)	
Publicación las bandas salariales de cada categoría.	
Publicación de Relación de Personal Administrativo	

11. Información Financiera: En una escala del 1 al 4, coloque en orden de importancia (donde 1 es más importante y 4 menos importante) los siguientes atributos que debe informar por pilar una Universidad.

Publicación de Estados Financieros Auditados	
Publicación de Presupuesto Anual	
Publicación de Informe sobre ejecución de Presupuesto Anual	
Publicación el informe de la auditoría externa de sus cuentas.	

12. Investigación: En una escala del 1 al 4, coloque en orden de importancia (donde 1 es más importante y 4 menos importante) los siguientes atributos que debe informar por pilar una Universidad.

Publicación de listado de proyectos de investigación	
Publicación de presupuesto para proyectos de investigación	
Publicación los principales resultados relacionados con la labor investigadora.	
Publicación de bases de concursos para proyectos de investigación	

Gracias por su participación.

Apéndice D: Consentimiento Informado

Consentimiento Informado para Participantes de Encuestas

El propósito de este documento es dar el consentimiento en proveer a los participantes en esta investigación una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella. La presente investigación es conducida por los alumnos de MBA GI AQP XXII, de la Pontificia Universidad Católica del Perú. La meta de este estudio es la elaboración de un Modelo de Transparencia Corporativa para las Universidades Privadas del Perú. Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista en una primera sesión y en una segunda sesión una encuesta.

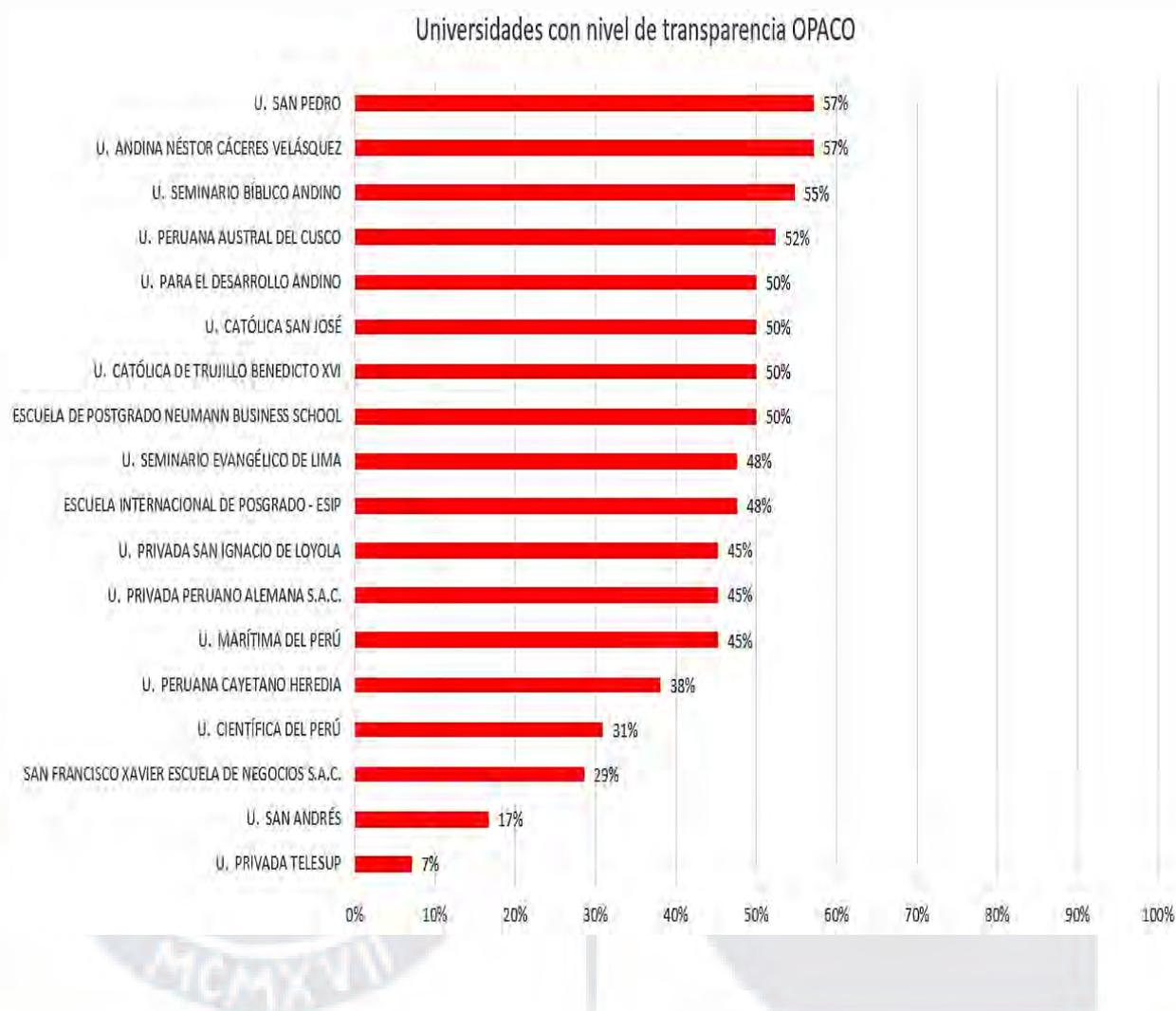
La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas a la entrevista y posterior encuesta serán anónimas. Desde ya le agradecemos su participación. Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por

Nombre del Participante: _____

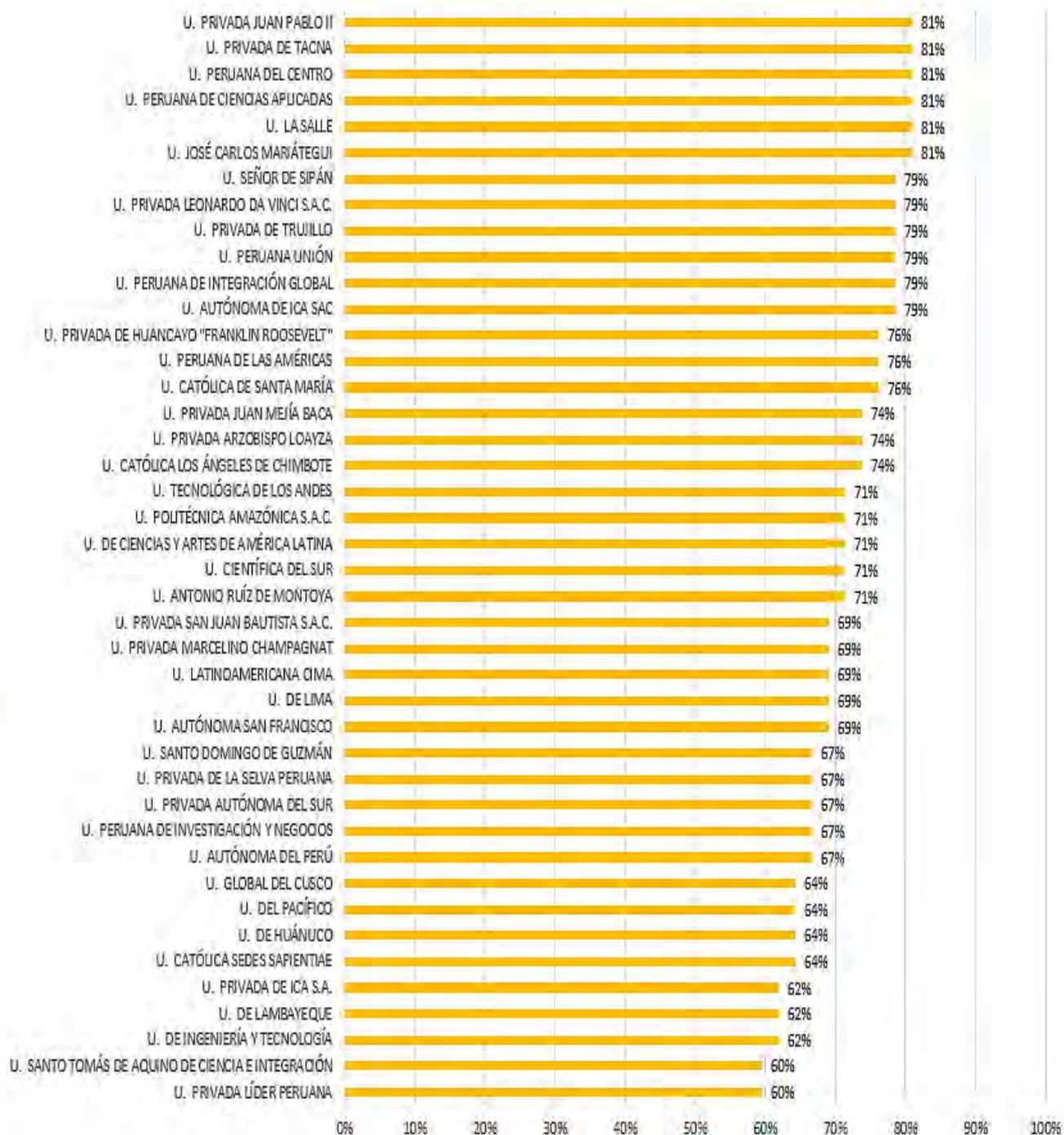
Firma del Participante: _____

Fecha: _____

Apéndice E: Tablas de Resultados



Universidades con nivel de transparencia TRASLUCIDO



Apéndice F: Tablas de Indicadores Cumplidos por las Universidades

N°	Universidad	Indicadores Cumplidos	Índice De Transparencia Corporativa
1	Universidad Femenina Del Sagrado Corazón	40	95.24%
2	Pontificia Universidad Católica Del Perú	38	90.48%
3	Universidad Esan	38	90.48%
4	Universidad Inca Garcilaso De La Vega	38	90.48%
5	Universidad Ricardo Palma	37	88.10%
6	Universidad Católica San Pablo	36	85.71%
7	Universidad Interamericana Para El Desarrollo	36	85.71%
8	Universidad Jaime Bausate Y Meza	36	85.71%
9	Universidad Privada Antenor Orrego	36	85.71%
10	Universidad Alas Peruanas	35	83.33%
11	Universidad Continental	35	83.33%
12	Universidad De Piura	35	83.33%
13	Universidad De San Martín De Porres	35	83.33%
14	Universidad Le Cordon Bleu	35	83.33%
15	Universidad María Auxiliadora	35	83.33%
16	Universidad Privada Norbert Wiener	35	83.33%
17	Universidad José Carlos Mariátegui	34	80.95%
18	Universidad La Salle	34	80.95%
19	Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas	34	80.95%
20	Universidad Peruana Del Centro	34	80.95%
21	Universidad Privada De Tacna	34	80.95%
22	Universidad Privada Juan Pablo II	34	80.95%
23	Universidad Autónoma De Ica SAC	33	78.57%
24	Universidad Peruana De Integración Global	33	78.57%
25	Universidad Peruana Unión	33	78.57%
26	Universidad Señor De Sipán	33	78.57%
27	Universidad Privada De Trujillo	33	78.57%
28	Universidad Privada Leonardo Da Vinci S.A.C.	33	78.57%
29	Universidad Católica De Santa María	32	76.19%
30	Universidad Peruana De Las Américas	32	76.19%
31	Universidad Privada De Huancayo "Franklin Roosevelt"	32	76.19%
32	Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote	31	73.81%
33	Universidad Privada Arzobispo Loayza	31	73.81%
34	Universidad Privada Juan Mejía Baca	31	73.81%
35	Universidad Antonio Ruíz De Montoya	30	71.43%
36	Universidad Científica Del Sur	30	71.43%
37	Universidad De Ciencias Y Artes De América Latina	30	71.43%
38	Universidad Politécnica Amazónica S.A.C.	30	71.43%
39	Universidad Autónoma San Francisco	29	69.05%
40	Universidad De Lima	29	69.05%
41	Universidad Latinoamericana Cima	29	69.05%
42	Universidad Privada Marcelino Champagnat	29	69.05%
43	Universidad Privada San Juan Bautista S.A.C.	29	69.05%
44	Universidad Santo Domingo De Guzmán	28	66.67%
45	Universidad Autónoma Del Perú	28	66.67%
46	Universidad Peruana De Investigación Y Negocios	28	66.67%
47	Universidad Privada Autónoma Del Sur	28	66.67%
48	Universidad Privada De La Selva Peruana	28	66.67%
49	Universidad Católica Sedes Sapientiae	27	64.29%
50	Universidad De Huánuco	27	64.29%
51	Universidad Del Pacífico	27	64.29%
52	Universidad Global Del Cusco	27	64.29%
53	Universidad De Ingeniería Y Tecnología	26	61.90%
54	Universidad De Lambayeque	26	61.90%
55	Universidad Privada De Ica S.A.	26	61.90%
56	Universidad Privada Líder Peruana	25	59.52%
57	Universidad Santo Tomás De Aquino De Ciencia E Integración	25	59.52%
58	Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez	24	57.14%
59	Universidad San Pedro	24	57.14%
60	Universidad Tecnológica De Los Andes	30	71.43%
61	Universidad Seminario Bíblico Andino	23	54.76%
62	Universidad Peruana Austral Del Cusco	22	52.38%
63	Escuela de Postgrado Neumann Business School	21	50.00%
64	Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI	21	50.00%
65	Universidad Católica San José	21	50.00%
66	Universidad Para El Desarrollo Andino	21	50.00%
67	Universidad Seminario Evangélico De Lima	20	47.62%
68	Escuela Internacional De Posgrado - Esip	20	47.62%
69	Universidad Marítima Del Perú	19	45.24%
70	Universidad Privada Peruano Alemana S.A.C.	19	45.24%
71	Universidad Privada San Ignacio De Loyola	19	45.24%
72	Universidad Peruana Cayetano Heredia	16	38.10%
73	Universidad Científica Del Perú	13	30.95%
74	Escuela De Postgrado San Francisco Xavier Escuela De Negocios S.A.C.	12	28.57%
75	Universidad San Andrés	7	16.67%
76	Universidad Privada Telesup	3	7.14%